

2012

Tendències 2013

Tendències 2013



26 Font: estimació elaborada pel Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona. Estudi de l'evolució de la població d'allotjats a Catalunya.

147.581 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 56,2% i 40,5% respectivament d'allotjament mostren una major concentració a Barcelona que els de les comarques). A més directament dels visitants -tant prop de casa seva com al fet que més del tres quarts dels turistes internacionals (75,4%) i prop de la meitat de l'economia empresarial i domèstica de l'Ajuntament de Barcelona en total.

| | |
|---|----|
| Síntesi | 8 |
| El sector terciari a Barcelona | 12 |
| El comerç a Barcelona | 18 |
| 1. Ocupació al comerç 2011 | 18 |
| Anàlisi per branques | 22 |
| 2. Facturació i PIB | 25 |
| 3. Centres de cotització del comerç 2011 | 28 |
| Anàlisi per branques | 32 |
| Dimensió empresarial del sector comercial | 34 |
| 4. El sector de l'hostaleria | 37 |
| L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria | 37 |
| Centres de cotització | 42 |
| 5. Valoració qualitativa del comerç | 48 |
| 5.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal | 48 |
| Grau de satisfacció | 49 |
| Latència segons el tipus de comerç | 51 |
| Valoració del comerç de la ciutat | 52 |
| Els horaris comercials | 53 |
| Hàbits de compra | 54 |
| Zones comercials | 61 |
| Compra per internet | 64 |
| 5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona | 67 |
| Les característiques | 67 |
| L'associacionisme | 69 |
| El local comercial | 70 |
| Els serveis | 71 |
| Els horaris i les vendes | 73 |

| | |
|--|------------|
| El personal | 75 |
| La conjuntura | 76 |
| 5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració | 80 |
| Característiques dels establiments | 80 |
| L'associacionisme | 81 |
| El local | 83 |
| Els serveis | 84 |
| El personal | 86 |
| La conjuntura | 87 |
| 5.4. Altres estudis | 91 |
| Estudis | 91 |
| Indicador Comerç Barcelona (ICOB) | 92 |
| 6. Promoció del comerç | 93 |
| 6.1. Premi "Barcelona, la millor botiga del món" | 93 |
| Premi a "la millor iniciativa empresarial comercial de l'any" | 94 |
| Premi a "la millor iniciativa agrupada per a la dinamització de la ciutat" | 95 |
| Premi a la "tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat" | 96 |
| Premi especial la "tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat" | 97 |
| Premi a "l'establiment comercial de l'any" | 98 |
| Premi "Barcelona, el millors mercats del món" | 100 |
| 6.2. La campanya de promoció del comerç | 101 |
| 6.3. El comerç a les escoles. Curs 2011-2012 | 102 |
| 6.4. La xarxa comercial de Barcelona | 107 |
| 6.5. Subvencions al comerç | 130 |
| 6.5.1. Subvencions de proximitat i promoció econòmica | 130 |
| 6.5.2. Subvencions per a l'enllumenat nadalenc | 131 |
| 6.5.2. Campanya promocional de dinamització en zones afectades per obres | 131 |

| | |
|--|-----|
| 7. Els mercats municipals | 133 |
| Barcelona, ciutat de mercats | 133 |
| Projectes més destacats | 134 |
| Afluència de públic als mercats | 139 |
| Rejuveniment d'operadors | 141 |
| Projectes internacionals | 142 |
| Accions de promoció i responsabilitat social | 144 |
| Comunicació | 147 |
| Ubicació dels mercats municipals a Barcelona | 150 |
| 8. El comerç electrònic | 151 |
| Comerç electrònic de les empreses a Espanya | 154 |
| Comerç electrònic de les empreses a Catalunya | 157 |
| Comerç electrònic a Barcelona | 167 |
| 9. Barcelona, ciutat de compres internacional | 170 |
| La despesa del turisme internacional a Barcelona | 172 |
| 10. Tendències 2013 | 179 |
| 10.1. Ocupació al comerç | 180 |
| 10.2. Facturació | 181 |
| 10.3. Centres de cotització | 181 |
| 10.4. Valoració qualitativa del comerç | 182 |
| Habits de compra | 184 |
| Valoració | 186 |
| Comerç electrònic | 187 |
| 10.5. Promoció del comerç | 188 |



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona

Barcelona compta amb un model comercial propi, un comerç urbà de proximitat, molt ben valorat pels barcelonins i barcelonines, com ho mostren els resultats recollits en el present informe. Aquest comerç fomenta la riquesa, la creació de llocs de treball i la cohesió social, al mateix temps que mira cap a l'exterior i projecta la marca Barcelona a tot el món.

Malgrat la difícil conjuntura marcada per l'atonía de la demanda interna i l'evolució poc favorable dels principals indicadors d'activitat, l'estudi revela que durant el 2012 el pes del comerç sobre l'economia barcelonina es manté estable respecte a 2011, tant pel que fa als centres de cotització com als assalariats. Tot i així, l'informe constata que la situació econòmica, política i social del país continua sent la màxima preocupació dels responsables dels comerços.

Des de l'Ajuntament de Barcelona som molt conscients d'aquesta realitat. Per això, ara més que mai, refermem el nostre compromís per seguir impulsant iniciatives que contribueixin a dinamitzar aquest sector i la reactivació econòmica, perquè el comerç de proximitat segueixi esdevenint motor econòmic de Barcelona.

Una de les principals eines al servei d'aquest objectiu és el Pla d'Impuls i Suport al Comerç, el nostre full de ruta per als propers anys, que inclou un conjunt de mesures adreçades a afavorir directament el teixit comercial de la ciutat.

Comptem amb la implicació i col·laboració dels eixos comercials, les associacions, els mercats i els comerciants, als quals volem agrair molt sincerament els seu esforç i esperit de superació, per buscar sempre la qualitat i l'excel·lència. Tenim molts reptes per endavant, però també una gran oportunitat per encarar el futur amb la confiança i l'entusiasme que ens ajudaran a sortir de la crisi.



Raimond Blasi

Regidor de Comerç, Consum
i Mercats

L'Informe del Comerç 2012 que tot seguit us presentem ens permet constatar, una vegada més, la importància que aquest sector té per a l'economia de la ciutat, especialment el comerç minorista, que per sí sol representa més del 15 % dels centres de cotització i el 8,8 % dels assalariats de la ciutat.

Les dades qualitatives recollides a l'informe indiquen també la satisfacció dels ciutadans i ciutadanes amb el comerç barceloní. L'àmplia i variada oferta comercial i l'atenció rebuda són aspectes molt ben valorats pels enquestats i posen de manifest que el model de comerç urbà de proximitat de Barcelona és un model d'èxit, que cal seguir preservant i fomentant.

En aquest sentit, els Mercats Municipals de Barcelona reforcen aquest paper generador d'ocupació i promotor de la cohesió social i econòmica dels barris. L'Ajuntament de Barcelona, com comprova-reu en les properes pàgines, continua impulsant la remodelació d'aquests espais com a eina clau per a la creació de treball i la regeneració urbana dels nostres barris.

L'informe també destaca el paper del comerç electrònic i els nous hàbits de consum associats a aquest canal, així com la creixent importància de Barcelona com a ciutat de compres internacional, amb un increment significatiu de la despesa realitzada respecte a l'any anterior.

Tots aquests aspectes posen en valor la importància del comerç per a l'economia de la ciutat i la seva projecció internacional. Per això, des de la Regidoria de Comerç, Consum i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona estem compromesos amb la promoció i el foment del comerç en el marc d'una estratègia compartida amb el sector i que es vehicula a través de les diferents iniciatives recollides en el Pla d'Impuls i Suport al Comerç.

Síntesi

2012



SÍNTESI

- El 2012 el comerç ocupa 142.629 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 89.278 treballen al sector minorista (el 62,6% del total) i 53.351 (el 37,4%) al majorista.
- El pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2012 en un 15,2% -que es distribueix entre un 9,5% del comerç minorista i un 5,7% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.
- Segons dades del II trimestre 2013, el comerç al detall es manté a la mitjana de Barcelona tant pel que fa a la variació dels assalariats com als autònoms, mentre que l'engròs experimenta descensos més acusats.

Variació interanual (2n trimestre 2013/ 2n trimestre 2012)

| | Règim General 2n trim. 2013 | Variació (%) Interanual | Autònoms 2n trim. 2013 | Variació (%) Interanual | TOTAL 2n trim. 2013 | Variació (%) Interanual | Pes del sector (%) s/Barcelona |
|------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| Comerç majorista | 44.139 | -4,10 | 8.592 | -3,30 | 52.731 | -3,97 | 5,63 |
| Comerç minorista | 70.577 | -1,81 | 16.956 | -1,19 | 87.533 | -1,69 | 9,35 |
| Total comerç (sense repar.) | 114.716 | -3,00 | 25.548 | -1,91 | 140.264 | -2,56 | 14,98 |
| Total sectors de Barcelona | 836.555 | -1,79 | 109.898 | -1,73 | 936.453 | -1,78 | |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -2,3% l'any 2012 i ha assolit un volum de negoci de 32.936 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -5% respecte a l'any anterior.
- Barcelona compta a finals de l'any 2012 amb 16.022 centres de cotització al comerç, dels quals 10.679 (el 66,7%) pertanyen al comerç minorista i 5.343 (el 33,3%) al majorista.
- Segons dades del segon trimestre de 2013 el nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona disminueix respecte al mateix període de 2012, un -1,8%.

Variació interanual (2n trimestre 2013 / 2n trimestre 2012)

| | 2n trimestre 2013 | Variació en nombre | Variació en % | Pes s/total comerç 2012 (%) |
|----------------------------|----------------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|
| Comerç a l'engròs | 5.242 | -196 | -3,6 | 33,2% |
| Comerç al detall | 10.542 | -97 | -0,9 | 66,8% |
| Total comerç | 15.784 | -293 | -1,8 | 100,0% |
| Total sectors de Barcelona | 69.517 | -1.392 | -2,0 | |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

- L'any 2012 l'hoteleria a Barcelona compta amb 70.226 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 59.840 són assalariats i 10.386 autònoms (el 85,2% i el 14,8% del total, respectivament).
- L'oferta comercial (7,8), els horaris comercials (7,9) i l'atenció rebuda (7,2) són termòmetres que indiquen la satisfacció del ciutadà envers el comerç barceloní i l'evolució marca una tendència estable i molt favorable.

- La botiga de barri o especialitzada i els mercats continuen sent els establiments on els compradors se senten millor atesos, en concret un 44,6% i un 26,1%.
- El 76% dels barcelonins van a comprar a alguna zona comercial de la ciutat, un 5% més que l'any 2011. El més valorat a les zones comercials és la varietat (41,5%) i la proximitat (20,7%).
- El 42,6% dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial. Les parades d'alimentació dels mercats són les que presenten un índex d'associacionisme més alt (65,2%).
- El 63,5% dels responsables de comerços estan molt disconformes en obrir el diumenge i el 9,3% poc d'acord. Només el 16,4% ho veu bé.
- El 2012 la situació econòmica, política i social del país continua essent la màxima preocupació dels responsables dels comerços visitats. El 63,4% dels responsables dels comerços es mostra poc o gens satisfet de la marxa del seu negoci (el 2007 era el 26%).
- El 2012, el 13,7% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets sobre la marxa del seu negoci, la nota de satisfacció obtinguda seria 2,2.
- L'any 2012 ha suposat l'arrencada efectiva d'un nou Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2012-2015, En finalitzar l'any, s'hauran reformat 19 mercats i 9 més estan en procés de remodelació, un 65% del total de la xarxa de la ciutat.
- Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2012, el 38,9% dels barcelonins han adquirit productes per Internet, tot i la notable dada de participació en el comerç electrònic el seu ús és encara poc intens, ja que el 74% dels enquestats compra per Internet de forma ocasional i els que ho fan setmanalment només representen el 2,8%.
- S'ha superat l'anterior xifra de la despesa en shopping, amb un increment referent a 2011 del 27,76%, i amb el 35,90% de participació sobre el total de la despesa que fa el turista amb targeta de crèdit, segons dades de Catalunya Caixa.

El Sector Terciari a Barcelona

2012



EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

L'any 2012 continua el procés de destrucció neta d'ocupació assalariada al sector terciari de Barcelona que la ciutat ve experimentant des del 2008 (1). Efectivament, durant l'any 2012 el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social als serveis se situa en 729.650 persones, el que suposa un descens de prop de 18.290 ocupats (un -2,4%) respecte al 2011. Aquests resultats continuen, però, sent més moderats que la caiguda del nombre d'assalariats a la indústria (-6,1%) i especialment la construcció (-18,6%) -que perden més de 4.500 i 5.600 afiliats, respectivament-, i suposen també una reducció més suau que la del conjunt de l'economia de la ciutat (-3,3%).

L'anàlisi de l'ocupació assalariada als serveis el 2012 permet constatar que només dues branques econòmiques mostren evolucions positives: les activitats immobiliàries (+2,8%) i les activitats sanitàries i socials (+0,8%). A la resta de sectors es redueix el nombre d'assalariats, essent les branques més afectades la d'informació i comunicacions, administració pública i educació (amb descensos d'entre el 4 i el 5%), mentre que altres serveis, transports i emmagatzematge i comerç i reparacions perden entre un -3 i un -3,5% d'afiliats al règim general. Segueixen les activitats financeres i assegurances (-2,8%), els serveis a les empreses i les activitats artístiques i recreatives (ambdós amb el -2,1%), mentre l'hostaleria mostra el descens més suau (-0,9%).

En el cas del comerç i reparacions, l'any 2012 suposa una nova caiguda de l'ocupació (-3,1%) , similar a la de 2011 (-3,2%) i després de la relativa estabilització de l'any 2010 (-0,5%), tot i que la pèrdua de llocs de treball és més suau que la que el sector havia experimentat el 2009 (-6,5%). Per branques, el comerç al detall i amb major intensitat l'engròs mostren descensos en el nombre d'assalariats (-1,7 i -4,7%, respectivament) per la caiguda del consum en el cas del primer i pel context de canvi estructural en què està immers des de fa uns anys el segon. Amb tot, el comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i -juntament amb les reparacions- concentra més del 17% dels assalariats del terciari a Barcelona.

L'hostaleria mostra el descens més suau entre els sectors que perden ocupació (-0,9%) després de dos anys consecutius en què va registrar el major creixement d'assalariats entre les branques dels serveis. De fet, es tracta d'una de les tres activitats terciàries -juntament amb l'ensenyament i els

(1) Amb l'única excepció de l'any 2010.

Afiliats al règim general de la Seguretat Social a Barcelona en el Sector Terciari 2011-2012

| | 2011 | 2012 | Variació Nombre | 12/11 % |
|-------------------------------------|---------|---------|--------------------|------------|
| Total serveis | 747.943 | 729.650 | -18.293 | -2,4 |
| Comerç i reparacions | 127.884 | 123.977 | -3.907 | -3,1 |
| Transports i emmagatzematge | 39.622 | 38.295 | -1.327 | -3,3 |
| Hostaleria | 60.372 | 59.840 | -532 | -0,9 |
| Informació i comunicacions | 44.357 | 42.249 | -2.108 | -4,8 |
| Activ. financeres i d'assegurances | 39.836 | 38.797 | -1.039 | -2,6 |
| Activitats immobiliàries | 9.483 | 9.747 | 264 | 2,8 |
| Serveis a les empreses | 158.481 | 155.094 | -3.387 | -2,1 |
| Administració pública | 77.682 | 74.463 | -3.219 | -4,1 |
| Educació | 61.572 | 59.082 | -2.490 | -4,0 |
| Activ. sanitàries i serveis socials | 79.725 | 80.402 | 677 | -2,8 |
| Activitats artístiques, recreatives | 19.259 | 18.856 | -403 | -2,1 |
| Altres serveis | 29.670 | 28.848 | -822 | -2,8 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

serveis sanitaris- que han creat ocupació a la ciutat en el període 2008-2012. L'evolució dels indicadors d'activitat turística durant el 2012 ha estat en general de signe positiu però força més moderada que la de l'any anterior –amb una evolució molt dinàmica de la despesa de compra amb tarja de crèdit, més suau dels visitants i les pernoctacions i un clar descens en el nombre de creueristes-, si bé la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals propicia que l'hoteleria i el turisme en general segueixin sent factors de fortaleça de l'economia en temps de crisi i dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat.

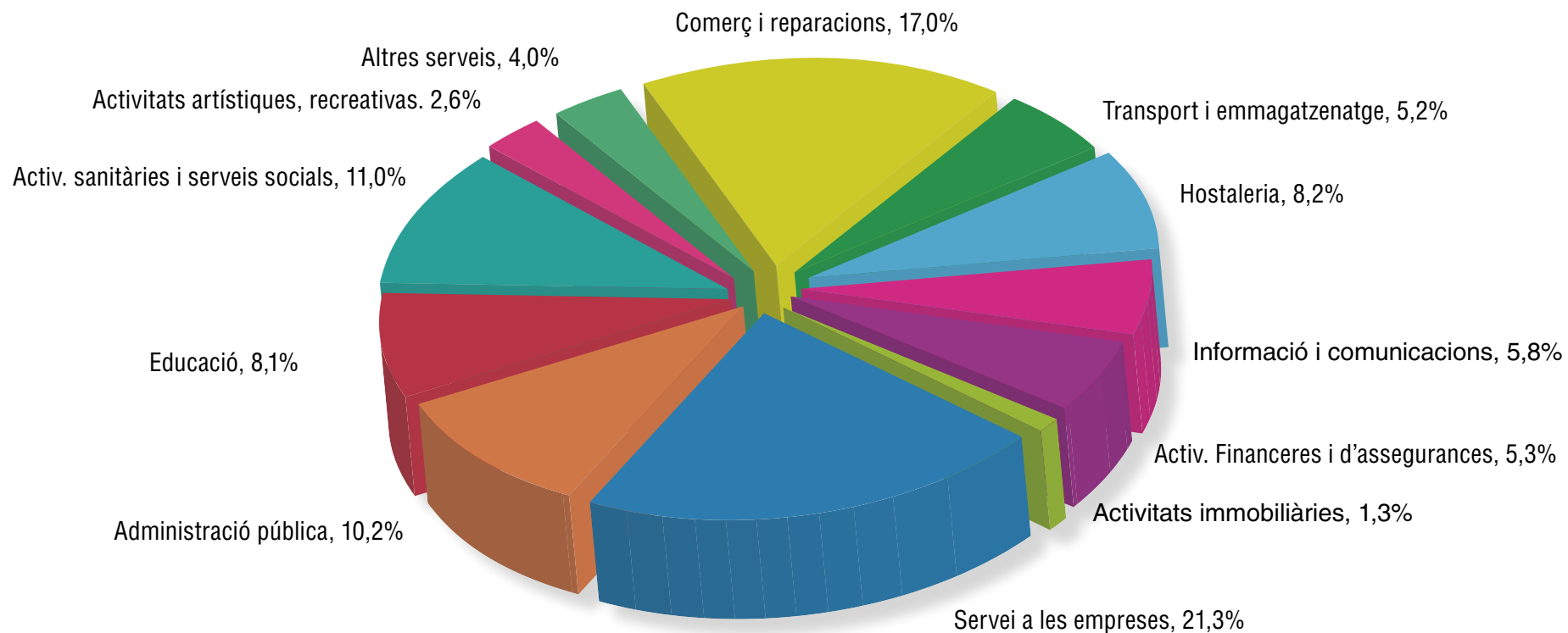
Participació de cada sector (en %)

| | 2011 | 2012 | Variació 2011/2012 |
|-------------------------------------|-------|-------|-----------------------|
| Total serveis | 100 | 100 | |
| Comerç i reparacions | 17,10 | 16,99 | -0,11 |
| Transports i emmagatzematge | 5,30 | 5,25 | -0,05 |
| Hostaleria | 8,07 | 8,20 | -0,13 |
| Informació i comunicacions | 5,93 | 5,79 | -0,14 |
| Activ. financeres i d'assegurances | 5,33 | 5,32 | -0,01 |
| Activitats immobiliàries | 1,27 | 1,34 | 0,07 |
| Serveis a les empreses | 21,19 | 21,26 | 0,07 |
| Administració pública | 10,39 | 10,21 | -0,18 |
| Educació | 8,23 | 8,10 | -0,13 |
| Activ. sanitàries i serveis socials | 10,66 | 11,02 | 0,36 |
| Activitats artístiques, recreatives | 2,57 | 2,58 | 0,01 |
| Altres serveis | 3,97 | 3,95 | -0,01 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

A final de l'any 2012, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins assolir el 88,5% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 0,8 punts la de l'any anterior. El fet que les pèrdues d'ocupació a la indústria i la construcció siguin força més pronunciades accentua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

Assalariats al Terciari de Barcelona per branques al 2012 (%)



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

Els serveis a les empreses i immobiliaris i el comerç i reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, i assoleixen conjuntament 279.071 afiliats que representen el 38,3% dels assalariats del sector. La branca d'activitats sanitàries i serveis socials és la que mostra un major augment de pes relatiu (+0,4 punts) i ja representa l'11% del total, de manera que -conjuntament amb l'educació i l'administració pública- situa els serveis col·lectius en el 29,3% de l'ocupació terciària de la ciutat. També cal remarcar el lleuger increment del pes de l'hostaleria que concentra el 8,2% dels assalariats de Barcelona.

Altres branques dels serveis -com el transport, la intermediació financera, les activitats artístiques i altres serveis- mantenen pràcticament estable la seva participació relativa dins del sector terciari.

El Comerç

2012



1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2012

El 2012 el comerç ocupa 142.629 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 89.278 treballen al sector minorista (el 62,6% del total) i 53.351 (el 37,4%) al majorista.

L'evolució del comerç l'any 2012 ve marcada –tal com ja va succeir el 2011- per l'atonía del consum intern, de manera que el nombre total d'afiliats del sector a Barcelona ha experimentat una reducció del -2,8% respecte a l'any anterior, lleugerament més moderada que la del conjunt de l'economia (-3,2%) i 3,1 punts percentuals inferior a la registrada l'any 2009 –el més dur de la recessió-. Així, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2012 en un 15,2% -que es distribueix entre un 9,5% del comerç minorista i un 5,7% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

Afiliats a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 4t trimestre 2011 / 2012

| | Règim General 2012 | Variació (%) 2012/2011 | Autònoms 2012 | Variació (%) 2012/2011 | TOTAL 2012 | Variació (%) 2012/2011 | Pes del sector (%) 2012 |
|------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|---------------------------|---------------|---------------------------|----------------------------|
| Comerç minorista | 72.267 | -1,7 | 17.011 | 1,9 | 89.278 | -1,8 | 9,55 |
| Comerç majorista | 44.630 | -4,7 | 8.721 | -3,0 | 53.351 | -4,4 | 5,70 |
| Total comerç | 116.897 | -2,9 | 25.732 | -2,3 | 142.629 | -2,8 | 15,25 |

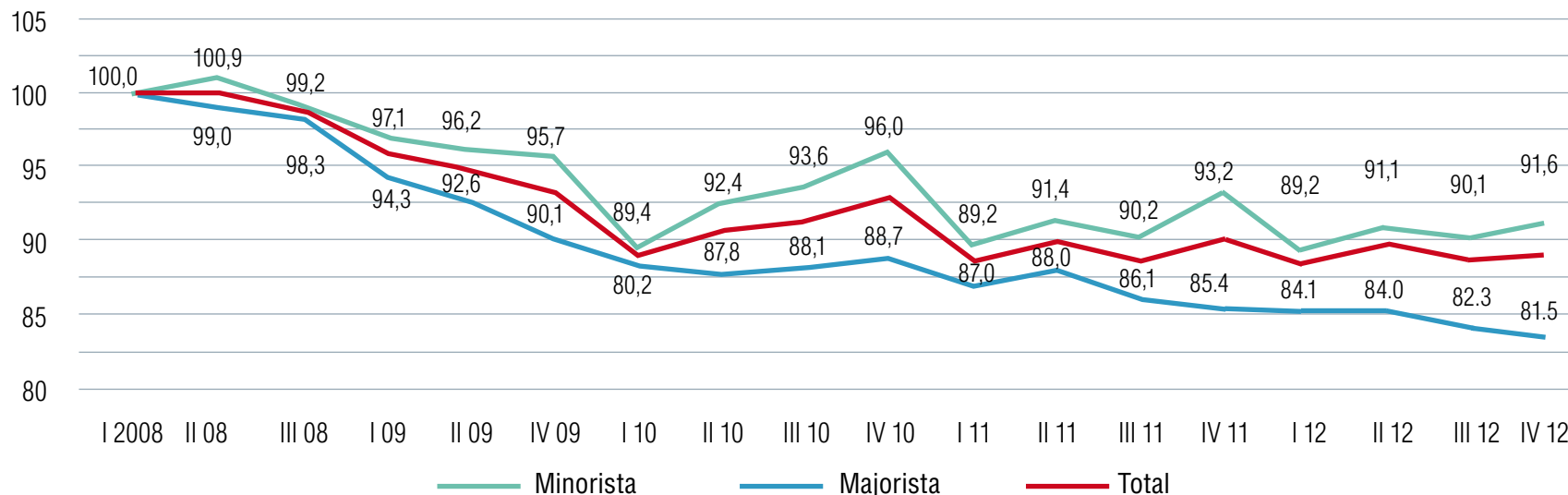
Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El nombre total d'afiliats del comerç al Règim General de la Seguretat Social se situa a finals de 2012 en 116.897 persones, el que suposa una disminució de llocs de treball del -2,9% respecte a l'any anterior. El comerç minorista compta amb 72.267 assalariats (un 61,8% del sector) després d'experimentar una reducció d'efectius (-1,7%) més moderada que la de 2011. En canvi, al comerç a l'engròs s'accentua el degoteig d'afiliats iniciat en anys anteriors a la crisi i aquesta branca

tanca l'any amb 44.630 ocupats per compte aliè després de perdre més de 2.100 afiliats (-4,7%). Globalment, el 2012 el comerç experimenta una reducció de l'ocupació inferior a la del conjunt de l'economia de la ciutat (-3,3%) gràcies al millor comportament de la branca minorista, mentre que la majorista mostra una davallada més intensa.

Pel que fa als autònoms, el comerç minorista concentra dues terceres parts dels adscrits al sector (17.011) i experimenta un descens de l'afiliació del -1,9%, que contrasta amb el lleuger augment de l'any anterior. D'altra banda el nombre d'autònoms majoristes cau un -3%, de manera que la reducció treballadors per compte propi del comerç (-2,3%) és superior a la que experimenta el conjunt de l'economia barcelonina (-1,9%), si bé el pes relatiu del sector segueix prop de la quarta part (23,3%) del total d'autònoms de la ciutat.

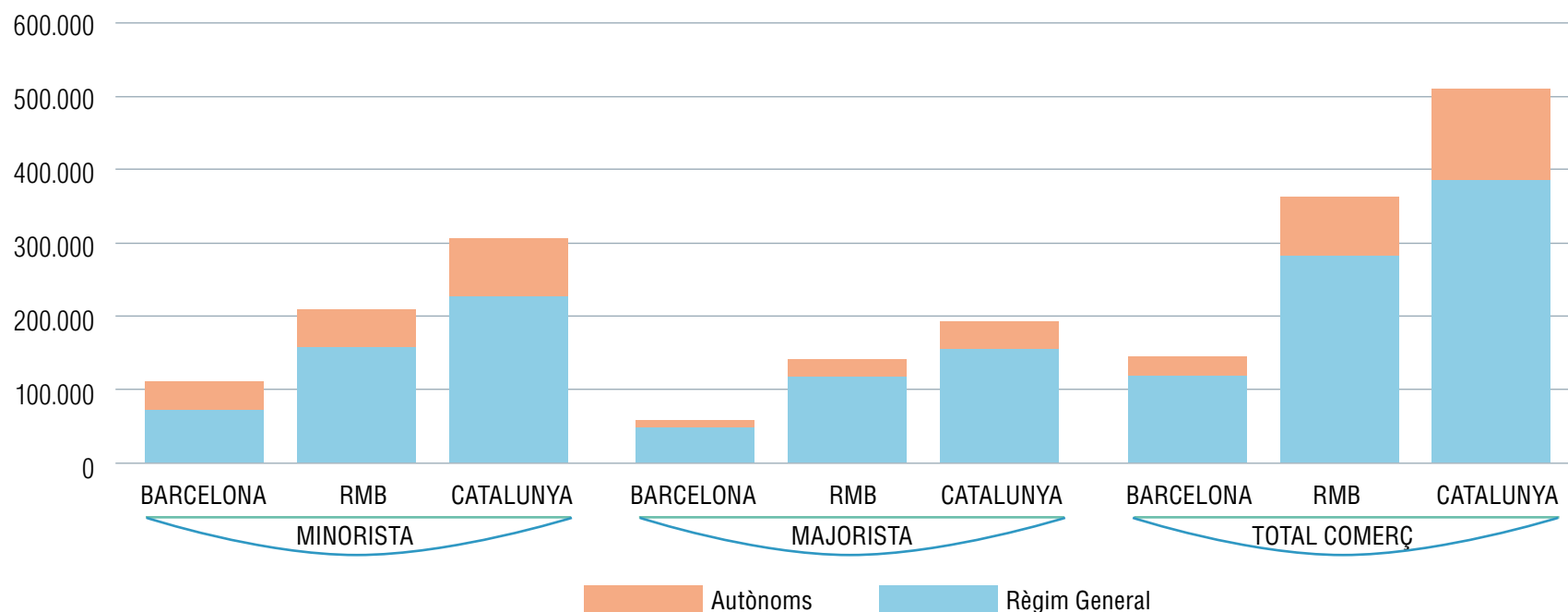
Assalariats al comerç de Barcelon (índex 1r trimestre 2008 = 100)



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Així doncs, el 2012 el comerç al detall torna a mostrar un millor comportament de l'afiliació que el comerç a l'engròs –perd menys assalariats i menys autònoms en termes relatius- i també mostra una evolució dels assalariats més favorable que el conjunt de la ciutat, mentre que l'engròs minva en afiliats i evoluciona més negativament que la mitjana barcelonina a tots dos règims.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social 4t. trimestre 2012



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'anàlisi del període 2008-12 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi quant a l'evolució dels assalariats per part d'aquestes dues branques. El comportament del comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern, i després d'un fort ajust de cinc trimestres (IV trimestre de 2008- I trimestre de 2010) i de la recuperació significativa de la resta del 2010, el bienni 2011-12 torna a recular fins tancar el període amb una pèrdua del 8,4% dels ocupats que comptava el març de 2008. En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 18,5% entre març de 2008 i desembre de 2012 i suposa la continuació d'una tendència de fons ja constatada en els exercicis precedents.

L'evolució global de l'ocupació del comerç a Barcelona ha estat lleugerament més favorable que als territoris de la RMB i Catalunya, on el descens d'aquest indicador se situa en el -3%. Tant el minorista com el majorista perden més assalariats a la RMB i Catalunya, mentre que a totes dues branques l'afiliació al règim d'autònoms mostra descensos més suaus a aquests àmbits territorials que a Barcelona. Efectivament, al comerç minorista la pèrdua d'assalariats a la RMB i Catalunya se situa pels volts del 2,5% i pel que fa als autònoms és del 1,5%, quan aquests valors a la ciutat són del -1,7 i -1,9%, respectivament. Pel que fa al comerç a l'engròs, la caiguda d'assalariats a Barcelona i Catalunya és molt similar (-4,7 i -4,8%) i més suau que a la RMB (-5,1%), mentre que entre els autònoms el resultat per Barcelona (-3%) és el més desfavorable dels tres àmbits (amb reduccions del -1,4 i -1,2% a la RMB i Catalunya, respectivament).

En definitiva, l'ocupació al comerç l'any 2012 continua afectada per la contracció del consum derivada de la situació econòmica incerta i l'atonía del mercat de treball i presenta resultats globals poc superiors a la mitjana de l'economia de Barcelona, amb millors indicadors en la branca minorista i una evolució global lleugerament més favorable que a la RMB i a Catalunya. Amb tot, el sector segueix mantenint a Barcelona un pes del 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea i inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, degut a la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç* 2012 (%)

| Unió Europea-27 | Espanya | Catalunya | Barcelona |
|-----------------|---------|-----------|-----------|
| 13,99% | 18,09% | 18,33% | 15,03% |

*inclou reparacions. Afiliació al règim general i EPA.

Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, INNS i Eurostat

Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs a Barcelona, la branca d'articles d'ús domèstic representa més d'un terç (34,9%) del total d'assalariats, seguida de les de productes alimentaris i altre comerç a l'engròs especialitzat, amb el 17% i el 13,1% -respectivament- de l'afiliació majorista al Règim General de la Seguretat Social.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'intermediaris (en que la ciutat suposa el 50,7% dels assalariats de la RMB i el 40,5% dels de Catalunya), la d'articles de consum domèstic (en que aquests percentatges assoleixen el 47,2% i el 41,9%, respectivament) i d'equips TIC (amb un pes de Barcelona sobre la RMB i Catalunya del 46,2% i 41,7%).

L'any 2012 totes les branques del comerç a l'engròs perden afiliats a Barcelona, RMB i Catalunya, essent les més afectades a la ciutat les d'intermediaris del comerç, comerç no especialitzat, primeres matèries agràries i altra maquinària, equips i subministraments (amb variacions respecte a l'any anterior del -7,6, -7,6, -7,4 i -6,4%, respectivament). Als articles d'ús domèstic l'ocupació assalariada a Barcelona disminueix un -5%, mentre que les reduccions més moderades corresponen als equips TIC i els productes alimentaris, begudes i tabac.

Les principals branques del comerç al detall en nombre d'assalariats a Barcelona són la d'establiments no especialitzats, la d'establiments especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac -que representen un 36,4, 31,7 i 15,6% del total, respectivament-. Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 49,5% dels de la RMB i el 36,4% dels de Catalunya) i no especialitzats (47,4 i 33,4%, respectivament).

Les úniques branques del comerç al detall de Barcelona que creen llocs de treball el 2012 són les de parades de venda i mercats ambulants i productes alimentaris (que mostren augments del +5,1 i +1,1%, respectivament), mentre que l'ocupació en establiments no especialitzats es manté estable. Les pèrdues d'ocupació més acusades corresponen a les branques minoristes d'equips TIC, combustibles, articles d'ús domèstic i articles culturals i recreatius (amb percentatges d'entre el -11,3 i el -6,4%). Pel que fa a la comparació territorial, cal destacar que la de productes alimentaris és l'única branca minorista que guanya assalariats als tres àmbits de referència -amb un millor registre a la ciutat-, mentre que la d'equips TIC experimenta caigudes acusades també a la RMB i Catalunya (-11,5 i -9,9%, respectivament).

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social per branques d'activitat del comerç a l'engròs i al detall, 2012

| | Barcelona | | | RMB | | | Catalunya | | |
|---|----------------|------------|-----------------------|----------------|------------|-----------------------|----------------|------------|-----------------------|
| | 4/2012 | % s/sector | variació 12-11 (%) | 4/2012 | % s/sector | variació 12-11 (%) | 4/2012 | % s/sector | variació 11-12 (%) |
| Comerç a l'engròs | | | | | | | | | |
| Intermediaris comerç | 3.769 | 8,49 | -7,6 | 7.477 | 6,39 | -0,6 | 9.350 | 6,14 | -3,4 |
| Comerç a l'engròs matèries primeres agràries | 402 | 0,90 | -7,4 | 1.585 | 1,35 | 1,2 | 3.053 | 2,00 | -1,0 |
| Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac | 7.578 | 16,98 | -1,9 | 19.551 | 16,70 | 0,2 | 33.928 | 22,27 | -3,4 |
| Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic | 15.588 | 34,93 | -5,0 | 32.992 | 28,19 | 2,2 | 37.194 | 24,41 | -4,5 |
| Comerç a l'engròs d'equips TIC | 2.724 | 6,10 | -1,6 | 5.896 | 5,04 | -2,7 | 6.531 | 4,29 | -7,3 |
| Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin. | 3.385 | 7,58 | -6,4 | 16.152 | 13,80 | -2,3 | 18.653 | 12,24 | -5,5 |
| Altres comerç a l'engròs especialitzat | 5.831 | 13,07 | -2,4 | 19.593 | 16,74 | -2,8 | 27.841 | 18,28 | -6,7 |
| Comerç a l'engròs no especialitzat | 5.333 | 11,95 | -7,6 | 13.796 | 11,79 | -2,0 | 15.791 | 10,37 | -4,7 |
| Total comerç a l'engròs | 44.630 | 100 | -4,7 | 117.042 | 100 | 0,6 | 152.341 | 100 | -4,8 |
| Comerç al detall | | | | | | | | | |
| Comerç al detall en establ. no especialitzats | 26.299 | 36,39 | 0,3 | 55.504 | 34,49 | -1,4 | 78.848 | 34,89 | -1,3 |
| Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac | 11.257 | 15,58 | 1,1 | 26.919 | 16,73 | 2,4 | 37.578 | 16,63 | 0,3 |
| Comerç al detall de combustibles | 1.404 | 1,04 | -8,4 | 3.429 | 2,13 | -0,3 | 6.455 | 2,86 | -4,4 |
| Comerç al detall d'equips TIC | 1.467 | 2,03 | -11,3 | 3.809 | 2,37 | -1,2 | 5.643 | 2,50 | -9,9 |
| Comerç al detall d'articles d'ús domèstic | 4.722 | 6,53 | -6,5 | 14.218 | 8,83 | -6,9 | 20.349 | 9,00 | -5,1 |
| Comerç al detall d'articles culturals i recreatius | 3.074 | 4,25 | -6,4 | 8.012 | 4,98 | -4,1 | 10.527 | 4,66 | -7,7 |
| Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit. | 22.901 | 31,69 | -2,4 | 46.232 | 28,73 | -1,4 | 62.901 | 27,84 | -3,1 |
| Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants | 269 | 0,37 | 5,1 | 769 | 0,48 | -15,3 | 1.323 | 0,59 | 3,2 |
| Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats | 874 | 1,21 | -6,1 | 2.039 | 1,27 | 0,9 | 2.352 | 1,04 | 2,9 |
| Total comerç al detall | 72.267 | 100 | -1,7 | 160.931 | 100 | -1,5 | 225.976 | 100 | -2,6 |
| Total | 116.897 | | -3,21 | 277.973 | | -1,11 | 378.317 | | -3,48 |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

2. FACTURACIÓ i PIB

Després del feble creixement dels dos anys anteriors, l'any 2012 l'economia catalana ha entrat en recessió i tanca l'exercici amb una reducció del Producte Interior Brut del -1,3%, una evolució similar a la de l'economia espanyola -que experimenta una caiguda d'aquest indicador del -1,4%-. La tendència descendent de l'activitat iniciada el quart trimestre de 2011 ha anat guanyant intensitat durant l'any, de manera que el PIB català tanca el 2012 amb una reducció interanual del -1,8% el quart trimestre, després d'acumular cinc trimestres consecutius de decreixement. Cal emmarcar aquesta evolució en un context espanyol i europeu en que el deteriorament financer generat pel cercle viciós que mantenen deute bancari i deute públic es trasllada a l'economia real i se suma a l'efecte contractiu de les polítiques d'austeritat i consolidació fiscal, portant a la caiguda de l'activitat i l'entrada en recessió del conjunt de la zona euro.

L'evolució global de l'economia catalana el 2012 és el resultat de dues forces contraposades: la fortalesa del sector exterior i la marcada debilitat de la demanda interna, que experimenta la segona caiguda més intensa en trenta anys després de la de 2009. Un dels principals factors explicatius d'aquesta contracció és la intensificació del descens del consum de les llars (-2,4%) com a conseqüència de l'endeutament de famílies i empreses, la destrucció neta de llocs de treball, el descens de la remuneració dels assalariats, la crisi de confiança a l'eurozona i l'augment de la pressió fiscal. Una tendència que es posa de manifest tot l'any, fins situar la seva aportació a l'evolució del PIB català en el -3,1% el quart trimestre

Com a resultat, i segons l'Enquesta de Clima Empresarial, la majoria dels empresaris del comerç a l'AMB assenyala un descens de la facturació el 2012, tendència descendent que afecta també –tot i que amb menor intensitat- els preus de venda i el nivell d'inversió. Així mateix, un indicador de consum rellevant com és la matriculació de vehicles –molt lligat a les expectatives de les famílies- cau un -12,2% respecte al 2011 i assoleix a la ciutat el volum més baix en sis anys.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -2,3% l'any 2012 i ha assolit un volum de negoci de 32.936 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -5% respecte a l'any anterior i manté la tendència descendent que va reprendre l'any anterior després de la lleugera recuperació de 2010.

Facturació del comerç 2012 (Milions d'euros)

| | Barcelona | Catalunya |
|------------------|-----------|-----------|
| Comerç minorista | 11.335 | 36.329 |
| Comerç majorista | 21.601 | 74.825 |
| Total comerç | 32.936 | 111.154 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS.

El comerç al detall assoleix el 2012 un volum de negoci de 11.335 milions d'euros a Barcelona, que suposa una reducció del -1,8% en termes nominals i una caiguda del -4,5% en termes reals. Així doncs, la demanda addicional generada pel turisme -que el 2012 assoleix a la ciutat nous màxims històrics de variables com el nombre de pernoctacions, els visitants o la despesa dels turistes amb tarja de crèdit- no és suficient per a compensar la contracció de la demanda interna motivada per l'atonía del consum privat i el procés d'ajust fiscal en curs al sector públic.

Facturació del comerç a Barcelona 2012 (Milions d'euros)

| | Facturació 2012 | Variació 2012/2011 (en %) |
|------------------|-----------------|---------------------------|
| Comerç minorista | 11.335 | -1,8 |
| Comerç majorista | 21.601 | -2,6 |
| Total comerç | 32.936 | -2,3 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 21.601 milions d'euros l'any 2012 després d'experimentar un decrement del -2,6% respecte a l'any anterior, que un cop descomptada la variació de preus suposa una caiguda del -5,3%. S'accentua, per tant, el procés gradual de canvi estructural i optimització de costos que des de fa uns anys està portant aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa generen a Barcelona. Efectivament, segons l'estadística oficial facilitada per l'Idescat, l'activitat comercial aporta el 10,9% del Producte Interior Brut de la ciutat l'any 2008⁽¹⁾, un pes rellevant que ha mostrat una notable estabilitat al llarg dels anys d'expansió de la passada dècada. Val a dir que l'any 2012 el PIB dels serveis ha registrat la reducció més moderada entre els grans sectors de l'economia catalana (-0,5%), un comportament al que ha contribuït l'àrea de Barcelona degut al paper determinant que hi juga el terciari dins l'estructura productiva.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible.

3. CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2012

En aquest capítol s'estudia el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall ⁽¹⁾ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

L'anàlisi dels centres de cotització proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat a nivell provincial que municipal ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen l'activitat a una mateixa província -sense especificar si s'ubiquen en diferents poblacions-. Cal tenir en compte, per tant, que el nombre de centres de cotització és una aproximació al nombre d'empreses, i que en el cas de Barcelona –pel seu paper de capital- l'efecte seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador ⁽²⁾. D'altra banda, es complementa aquesta anàlisi amb la del nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, sense considerar el règim especial d'autònoms ja que les dades de centres de cotització només es refereixen a empreses que ocupen treballadors per compte de tercers.

Barcelona compta a finals de l'any 2012 amb 16.022 centres de cotització al comerç, dels quals 10.679 (el 66,7%) pertanyen al comerç minorista i 5.343 (el 33,3%) al majorista.

El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona disminueix respecte a 2011 (-2,2%) com a resultat d'un descens en ambdues branques -més pronunciat a la majorista (-3,4%) que a la minorista (-1,6%)- que representa una reducció inferior a la que experimenta el conjunt de centres de cotització de la ciutat (-2,8%).

⁽¹⁾ Els codis 46 i 47, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CCAE-2009

⁽²⁾ Les dades dels centres de cotització tampoc no es poden comparar amb les de l'Impost d'Activitats Econòmiques ja que es tracta de dues fonts clarament diferenciades: mentre que els primers constitueixen un indicador de nombre d'empreses amb assalariats, les llicències de l'IAE s'havien utilitzat en anàlisis anteriors per donar una aproximació als locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut des de la seva reforma l'any 2002 bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona 2012

| | 2011 | 2012 | Variació (%) 2012/2011 | Pes s/sector 2012 (%) |
|-------------------|--------|--------|------------------------|-----------------------|
| Comerç a l'engròs | 5.530 | 5.343 | -3,4 | 33,2 |
| Comerç al detall | 10.849 | 10.679 | 1,6 | 66,8 |
| Total comerç | 16.379 | 16.022 | -2,2 | 100 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

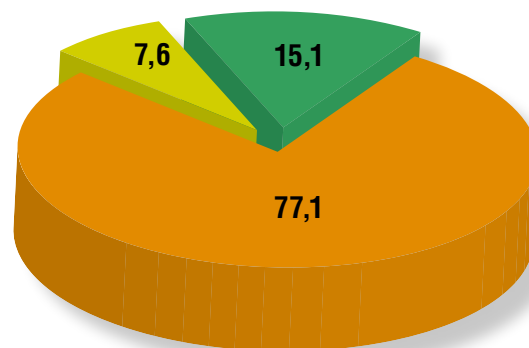
Al finalitzar l'any 2012, el sector del comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,9%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (17,6%) i l'hostaleria (10,1%).

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona (22,9%) és lleugerament inferior al de la regió metropolitana (24,6%) i al de Catalunya (23,8%). Als tres àmbits territorials, el pes relatiu del comerç a l'engròs se situa al voltant del 8%, mentre que el detall absorbeix entre el 15% i el 16% dels centres de cotització.

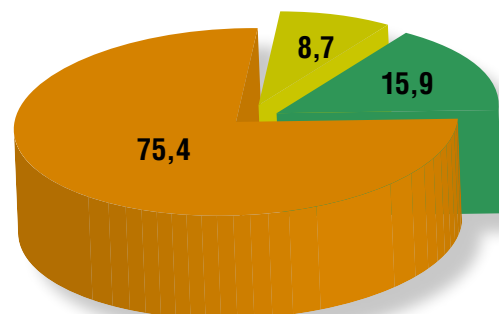
Cal esmentar que per nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, el comerç és la segona activitat de la ciutat amb un 14,2% del total, després del conjunt heterogeni d'activitats que representen els serveis a les empreses. Tot i tractar-se d'un pes inferior al dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància cabdal del sector per l'economia de Barcelona i especialment la del comerç minorista, que per si sol representa més del 15% dels centres de cotització i el 8,8% dels assalariats de la ciutat.

Així doncs, malgrat la difícil conjuntura marcada per l'atonía de la demanda interna i l'evolució poc favorable dels principals indicadors d'activitat, el 2012 el pes del comerç sobre l'economia barcelonina es manté estable respecte a 2011 tant pel que fa als centres de cotització com als assalariats –mostrant en aquest cas un lleuger augment de 0,1 punts percentuals-. Cal destacar, d'altra banda, que el comerç al detall augmenta lleugerament el seu pes relatiu tant entre el centres de cotització de la ciutat com en el col·lectiu d'assalariats (en 0,1 i 0,2 punts percentuals, respectivament).

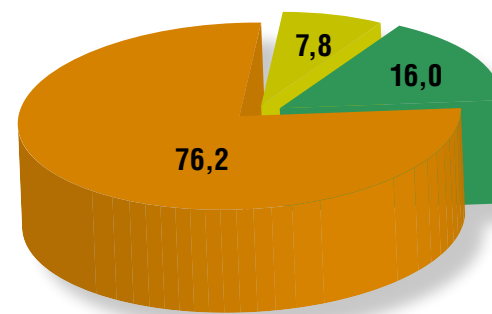
Pes del comerç a l'economia de la ciutat segons centres de cotització (% s/total) 2012



Pes del comerç segons centres de cotització (%) RMB 2012



Pes del comerç segons centres de cotització (%) Catalunya 2012



■ Engròs
■ Detall
■ Resta sectors

Font: elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

L'any 2012, prop d'una tercera part dels 5.343 centres de cotització del comerç a l'engròs a Barcelona (el 30%) distribueix articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris, altre comerç especialitzat i comerç no especialitzat assoleixen pesos relatius d'entre el 12,5 i el 15,6% del total.

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia 2011-2012 (% s/total)

| | 2011 | 2012 |
|--|------|------|
| Centres de cotització | | |
| Comerç a l'engròs | 7,7 | 7,6 |
| Comerç al detall | 15,2 | 15,3 |
| Total comerç | 22,9 | 22,9 |
| Afiliats règim General Seguretat Social | | |
| Comerç a l'engròs | 5,5 | 5,4 |
| Comerç al detall | 8,6 | 8,8 |
| Total comerç | 14,1 | 14,2 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Barcelona absorbeix el 52,8% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 40,6% dels de Catalunya. Les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC i d'articles d'ús domèstic (on Barcelona representa per si sola al voltant del 46% del total de la RMB i més del 35% del català) també mostren una forta concentració a la ciutat.

Anàlisi per branques

L'any 2012 la branca de productes alimentaris és l'única majorista que guanya centres de cotització a Barcelona, mentre que la d'equips TIC s'estabilitza a la ciutat però creix tant a la RMB ⁽¹⁾ com a Catalunya, i la d'intermediaris del comerç es manté estable a aquests dos territoris. La resta de branques experimenta una pèrdua de teixit empresarial als tres àmbits de referència, generalment més accentuada a Barcelona (especialment en els casos de primeres matèries agràries i del comerç a l'engròs no especialitzat).

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats -que representen el 34,8% dels centres de cotització -, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (27,2%) i els d'establiments no especialitzats (18,2%).

Les branques més concentrades en termes relatius a la ciutat són la d'establiments especialitzats –en que Barcelona compta amb el 46,6% dels centres de la RMB i el 29,9% de Catalunya-, els articles culturals (44,7 i 28,4%, respectivament) i els establiments no especialitzats (44,1 i 29,5%).

En l'evolució de les principals branques minoristes, el 2012 destaca l'augment del teixit empresarial de la de productes alimentaris, begudes i tabac als tres àmbits territorials (+2,9% a Barcelona, +2,2% a la RMB i +1,9% a Catalunya), i l'increment a la ciutat de les parades de venda i mercats ambulants (+5,8%), mentre que nombre de centres d'altre comerç al detall fora de parades i mercats experimenta un augment proper al 5% a la RMB i Catalunya. En canvi, als tres àmbits territorials es produeix una reducció significativa del nombre de centres de cotització de la branca d'articles d'ús domèstic, i descensos menys acusats dels d'articles culturals, TIC, establiments especialitzats i no especialitzats.

⁽¹⁾ En aquesta anàlisi l'abast de la RMB correspon a les comarques de Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Oriental, Vallès Occidental, Maresme, Garraf i Alt Penedès. Aquestes dues últimes comarques s'han exclòs de l'àmbit metropolità en les dades que difon el Departament d'Estadística a partir de 2012, però a efectes de la present edició s'ha optat per mantenir les mateixes comarques que a 2011 per a poder calcular les variacions interanuals en termes homogenis.

Centres de cotització de la Seguretat Social per branques de comerç, 2012

| | 4/2012 | var (%) 2011/2012 | 4/2012 | var (%) 2011/2012 | 4/2012 | var (%) 2011/2012 |
|---|-----------|----------------------|--------|----------------------|-----------|----------------------|
| | Barcelona | | RMB | | Catalunya | |
| Comerç a l'engròs | | | | | | |
| Intermediaris comerç | 832 | -2,2 | 1.575 | 0,3 | 2.048 | -0,2 |
| Comerç a l'engròs matèries primeres agràries | 59 | -10,6 | 271 | -3,6 | 593 | -3,7 |
| Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac | 770 | 1,0 | 1.894 | -1,0 | 3.345 | -1,3 |
| Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic | 1.602 | -3,6 | 3.509 | -2,9 | 4.323 | -2,6 |
| Comerç a l'engròs d'equips TIC | 229 | 0,0 | 498 | 2,5 | 594 | 3,5 |
| Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin. | 487 | -3,6 | 1.619 | -4,1 | 2.038 | -4,0 |
| Altre comerç a l'engròs especialitzat | 696 | -5,0 | 2.424 | -5,0 | 3.584 | -4,7 |
| Comerç a l'engròs no especialitzat | 668 | -7,5 | 1.661 | -3,6 | 2.002 | -4,0 |
| TOTAL COMERÇ A L'ENGRÒS | 5.343 | -3,4 | 13.451 | -3,4 | 18.527 | -2,7 |
| Comerç al detall | | | | | | |
| Comerç al detall en establ. no especialitzats | 1.940 | 1,9 | 4.401 | -2,4 | 6.566 | 2,5 |
| Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac | 2.909 | 2,9 | 7.245 | -2,2 | 10.576 | 1,9 |
| Comerç al detall de combustibles | 55 | -5,2 | 243 | 1,3 | 571 | 1,1 |
| Comerç al detall d'equips TIC | 277 | -3,1 | 662 | -2,5 | 1.048 | -2,8 |
| Comerç al detall d'articles d'ús domèstic | 1.160 | -5,2 | 2.881 | -7,4 | 4.516 | -6,7 |
| Comerç al detall d'articles culturals i recreatius | 468 | -2,5 | 1.047 | -3,1 | 1.650 | -3,4 |
| Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit. | 3.714 | -3,4 | 7.974 | -3,3 | 12.428 | -3,7 |
| Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants | 91 | 5,8 | 385 | -0,3 | 687 | -3,2 |
| Altre comerç al detall en establ. fora de parades i mercats | 65 | 5,8 | 173 | 5,5 | 254 | 4,5 |
| TOTAL COMERÇ AL DETALL | 10.679 | 1,6 | 25.011 | -1,9 | 38.296 | -2,2 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Dimensió empresarial del sector comercial

L'any 2012 el comerç a Barcelona manté estable la dimensió empresarial mitjana de 2011, confirmant que la crisi econòmica ha estroncat la tendència creixent d'aquest indicador que havia predominat a l'última dècada. Efectivament, la dimensió mitjana del comerç minorista (6,8) i la del conjunt del sector (7,3) es mantenen, mentre que la majorista (8,4) es redueix molt lleugerament respecte a l'any anterior.

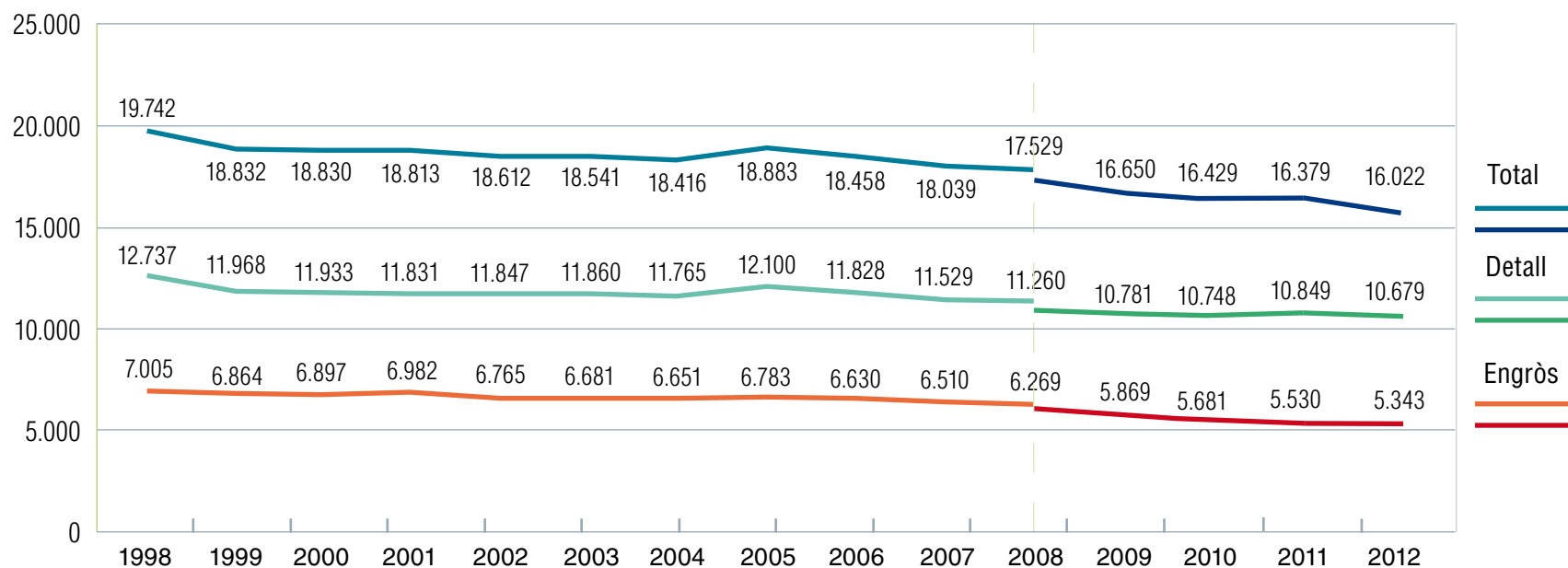
Nombre mitjà d'afiliats per centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Comerç a l'engròs | 8,41 | 8,55 | 8,46 | 8,35 |
| Comerç al detall | 7,00 | 7,05 | 6,78 | 6,77 |
| Total comerç | 7,50 | 7,57 | 7,35 | 7,30 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució dels centres de cotització del comerç a Barcelona entre 1998 i 2012 mostra una tendència general descendent provocada fonamentalment pel procés de racionalització i redimensionament empresarial i de formats comercials. Els indicadors de 2012 reforcen aquest comportament, amb un descens més acusat a la branca majorista (-3,4%, per un -1,6% de la minorista) que suposa una evolució similar a la de 2010. Entre 2008 i 2012 la reducció acumulada dels centres de cotització ha estat força més intensa al comerç a l'engròs -que perd prop del 15% dels centres de cotització- mentre que la branca minorista mostra una notable resistència i experimenta una pèrdua de teixit empresarial clarament inferior (-3%).

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç a Barcelona 1998-2012

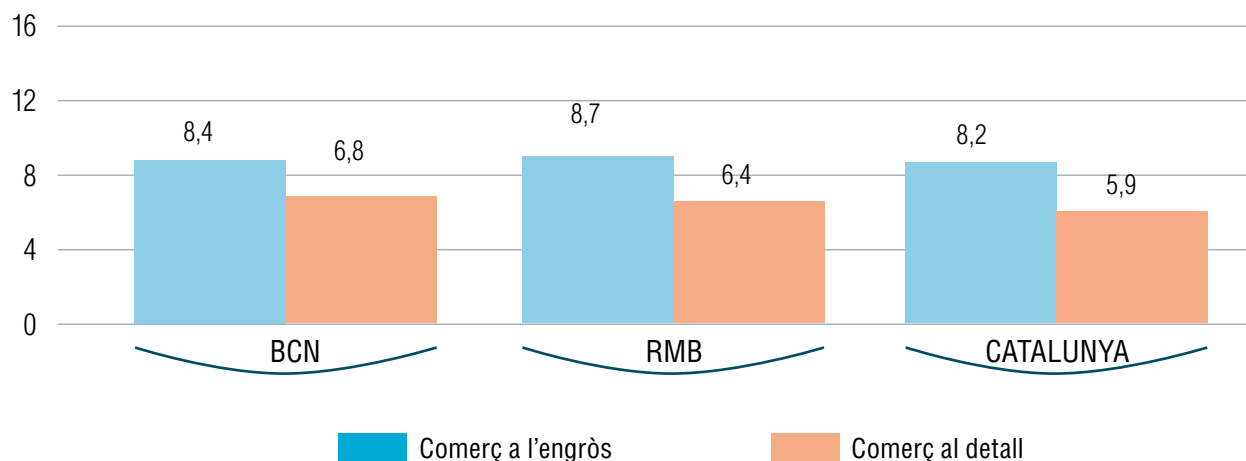


* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009.

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La dimensió empresarial del comerç al detall és més elevada a Barcelona que a la RMB i a Catalunya (amb valors de 6,8, 6,4 i 5,9, respectivament), mentre que la mitjana de treballadors per centre de cotització del comerç a l'engròs a la ciutat (8,4) és inferior a la de la regió metropolitana (8,7), si bé supera la del Principat (8,2).

Assalariats per centre de cotització del comerç 2012



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

4. EL SECTOR DE L'HOSTALERIA

El sector econòmic de l'hostaleria comprèn dos subsectors d'activitat: els serveis d'allotjament –hotels, altres allotjaments i càmpings -, i els serveis de restauració -restaurants, bars i càterings-.⁽¹⁾

L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria

L'any 2012 l'hostaleria a Barcelona compta amb 70.226 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 59.840 són assalariats i 10.386 autònoms (el 85,2% i el 14,8% del total, respectivament). El sector concentra el 7,5% del total de l'afiliació al règim general i autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2012

| | Règim General | Variació (%) 2011/2012 | Autònoms | Variació (%) 2011/2012 | Total | Variació (%) 2011/2012 | Pes del sector (%) 2012 |
|------------|---------------|---------------------------|----------|---------------------------|--------|---------------------------|----------------------------|
| Hostaleria | 59.840 | -0,9 | 10.386 | 0,3 | 70.226 | -0,71% | 7,5% |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

⁽¹⁾ Aquestes activitats corresponen als epígrafs 551,552,553,559 i 561,562 i 563 de la CCAE-2009.

Després de dos anys consecutius de significar-se com el sector on més ha crescut l'ocupació de la ciutat, el 2012 l'hostaleria experimenta un lleuger descens d'aquest indicador (-0,7%) com a resultat d'una disminució anual dels assalariats (-0,9%) i l'estabilització del nombre d'autònoms (que creix en un +0,3%). Aquestes variacions respecte al mateix període de 2011 són, de tota manera, clarament més moderades que la caiguda del conjunt d'afiliats de règim general i autònoms de la ciutat (-3,2%).

Afiliats al règim general de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona/ 4t trimestre 2012

| | 2011 | 2012 | Variació 2011/2012 | Pes sobre sector hostaleria | Pes s/total ciutat 2021 |
|-----------------------------|--------|--------|--------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Serveis d'allotjament | 13.998 | 13.921 | -0,6% | 23,3% | 1,7% |
| Serveis de menjar i begudes | 46.374 | 45.919 | -1,0% | 76,7% | 5,6% |
| Total | 60.372 | 59.840 | -0,9% | 100% | 7,3% |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

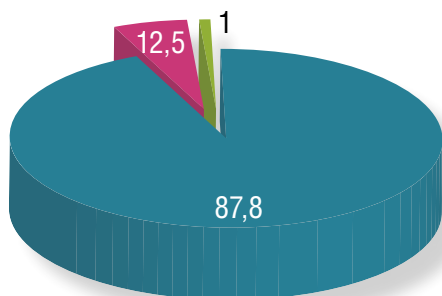
Per subsectors, al règim general de la Seguretat Social es compten 45.919 assalariats de la restauració (el 76,7% dels de l'hostaleria), més de la meitat dels quals (el 51,8%) treballa en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 13.921 afiliats (el 23,3% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (86,8% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 5,6% i l'1,7%, respectivament, del total d'assalariats de la ciutat i les dues branques de l'hostaleria reuneixen plegades el 7,3% dels de Barcelona. L'any 2012 totes dues perden ocupació assalariada, amb una reducció ha estat lleugerament més acusada al serveis de menjar i beguda (-1%) que entre els serveis d'allotjament (-0,6%).

La distribució territorial mostra que gairebé sis de cada deu dels 102.806 afiliats al règim general del sector de l'hostaleria de la Regió Metropolitana de Barcelona ⁽¹⁾ i quatre de cada deu dels

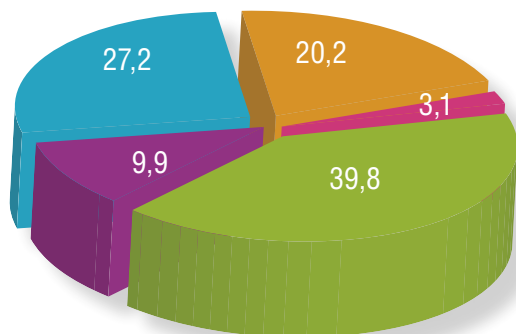
⁽¹⁾ En aquesta anàlisi l'abast de la RMB correspon a les comarques de Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Oriental, Vallès Occidental, Maresme, Garraf i Alt Penedès. Aquestes dues últimes comarques s'han exclòs de l'àmbit metropolità en les dades que difon el Departament d'Estadística, però a efectes de la present edició s'ha optat per mantenir les mateixes comarques que a 2011 per a poder calcular les variacions interanuals en termes homogenis.

**Afiliats al Règim General de l'Hostaleria per
branques d'activitat 2012 (% s/total)**

**Afiliats en les branques del subsector
de serveis d'allotjament 2012 (% s/total)**

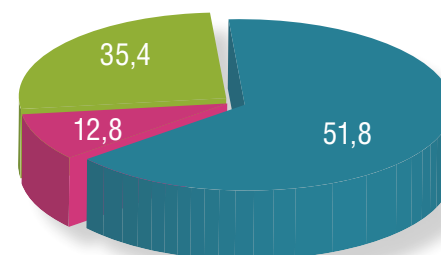


Hotels Altres allotjaments
Càmpings



Hotels Altres allotjaments
Restaurants Càterings Bars

**Afiliats en les branques del subsector de
serveis de menjar i begudes 2012 (% s/total)**



Càterings Bars Restaurants

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

147.581 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 58,2% i 40,5% respectivament) ⁽¹⁾. Els serveis d'allotjament mostren una major concentració a Barcelona que els de la restauració pel fet que la seva activitat depèn més directament dels visitants -tant per motiu de negocis com vacacional-, i destaca en especial el fet que més de tres quarts parts dels llocs de treball d'allotjament de la RMB (75,4%) i prop de la meitat de Catalunya (47,7%) es localitzen a Barcelona.

⁽¹⁾ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat –com Barcelona- l'efecte seu social sol traduir-se en una certa sobrevaloració de l'estadística d'afiliació i centres de cotització de la Seguretat Social en relació amb els municipis del seu entorn.

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria a Barcelona 2012

| | Barcelona | RMB | Catalunya | Pes Bcn/RMB (%) | Pes Bcn/Catalunya (%) |
|----------------------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------------|
| Serveis d'allotjament | 13.921 | 18.456 | 29.155 | 75,4 | 47,7 |
| Serveis de menjar i beguda | 45.919 | 84.350 | 118.426 | 54,4 | 38,8 |
| Total | 59.840 | 102.806 | 147.581 | 58,2 | 40,5 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

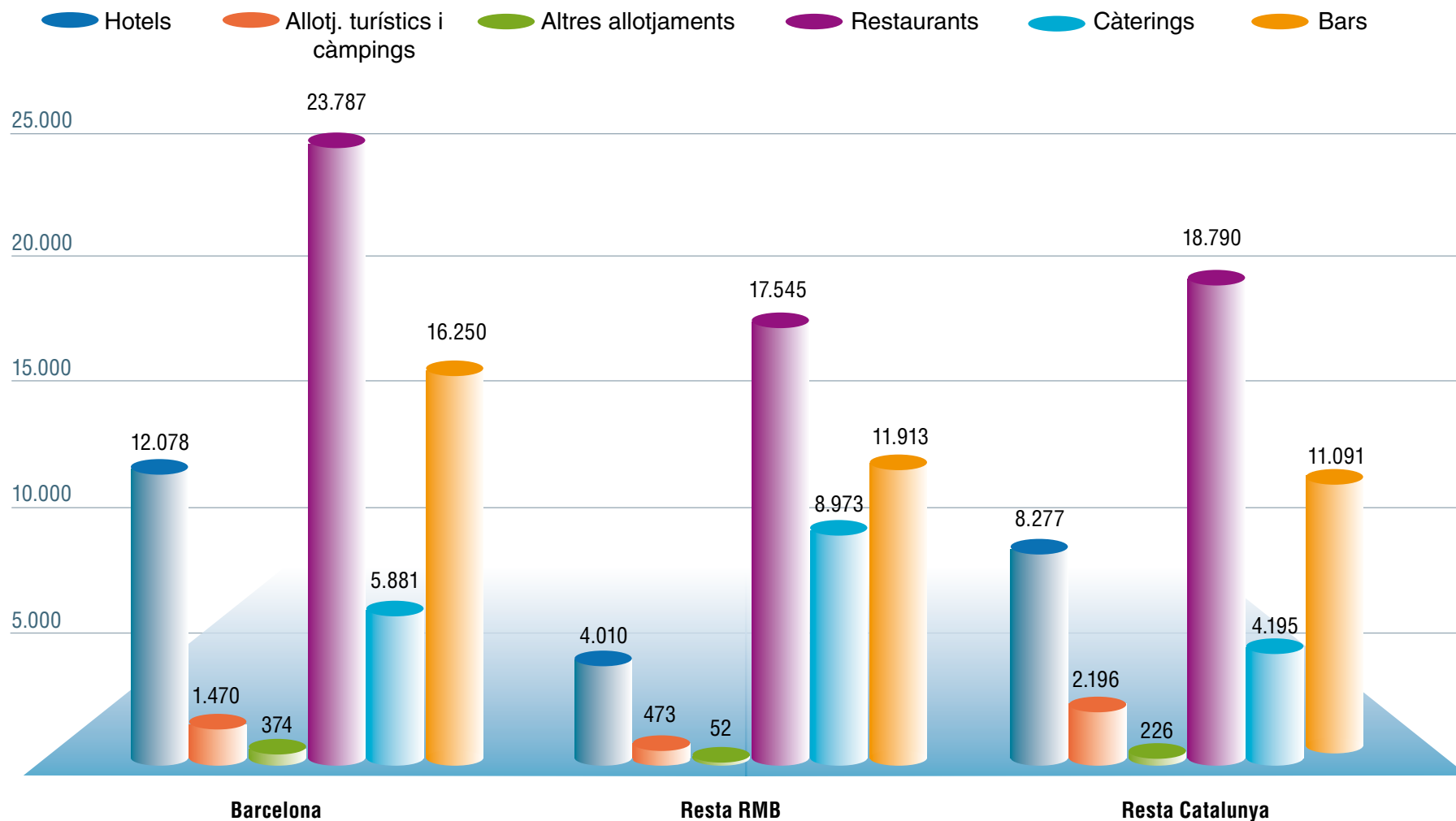
Quant a l'evolució del 2012, la disminució de l'afiliació al règim general de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria ha estat més suau a Barcelona (-0,9%) que a la RMB i Catalunya (-1,7 i -2,1%, respectivament). La ciutat mostra una evolució més favorable tant en la branca de serveis de menjar i beure (-1,0% per -1,7 i -2,1% a la RMB i Catalunya, respectivament) com als serveis d'allotjament, on també perd menys assalariats (-0,6% front a -1,3 i -2,5%, respectivament)

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria a Barcelona 2012

Variació interanual 4t trimestre 2011 / 4t trimestre 2012 (%)

| | Barcelona | RMB | Catalunya |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Serveis d'allotjament | -0,6 | -1,3 | -2,5 |
| Serveis de menjar i begudes | -1,0 | -1,7 | -2,1 |
| Total | -0,9 | -1,7 | -2,1 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2012


Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Centres de cotització

Barcelona compta l'any 2012 amb 7.095 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria ⁽¹⁾. El pes d'aquesta activitat en relació al conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 10,1% i la situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrera del comerç i reparacions i els serveis a les empreses (amb pesos relatius del 24,3 i el 17,6%, respectivament).

Centres de cotització a la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona 4t trimestre 2012

| | IV 2011 | IV 2012 | Variació 2011/2012 | |
|-------|---------|---------|--------------------|------|
| | | | Nombre | % |
| Total | 7.062 | 7.095 | 33 | 0,47 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La ciutat compta amb 6.419 centres registrats com a serveis de restauració i 676 com a serveis d'allotjament, el que representa el 9,2% i l'1% del total de Barcelona, respectivament. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 90,5% del teixit empresarial de l'hostaleria essent els més nombrosos els bars i restaurants -que representen el 47,3 i el 39,8% de tot el sector, respectivament-. D'altra banda, es constata que el pes percentual dels bars dins d'aquest conjunt és molt superior en termes de centres de cotització que d'ocupació, degut a la seva reduïda dimensió empresarial.

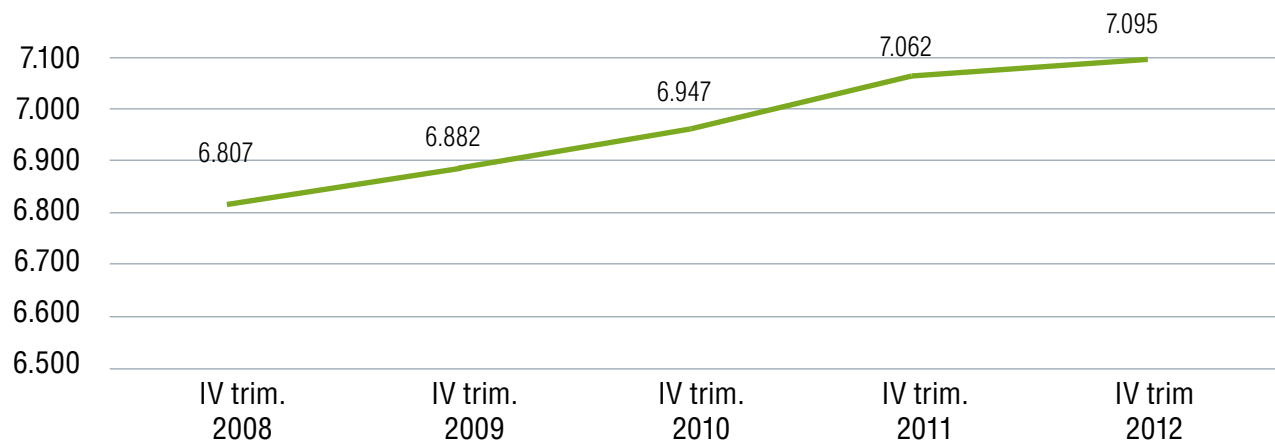
⁽¹⁾ El nombre de centres de cotització són una aproximació raonable però no exactament equivalent al nombre d'empreses, tal com s'explica al capítol sobre centres de cotització del comerç d'aquest informe

Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona/ 4t trimestre 2012

| | 2011 | 2012 | Variació 2011-2012 | Pes sobre sector hostaleria | Pes sobre total ciutat |
|-----------------------------|-------|-------|-----------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Serveis d'allotjament | 660 | 676 | 2,42% | 9,53% | 0,97% |
| Serveis de menjar i begudes | 6.402 | 6.419 | 0,27% | 90,47% | 9,17% |
| Total | 7.062 | 7.095 | 0,47% | 100% | 10,14% |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica de creació d'empreses, l'any 2012 a l'hostaleria de Barcelona es compten 33 centres de cotització més que el 2011, el que suposa un increment del +0,5% i un comportament més positiu que el del conjunt de l'economia de la ciutat, on aquest indicador es redueix un -2,8%. Com l'any anterior, l'evolució més favorable correspon als serveis d'allotjament (que experimenten un augment interanual del +2,4%, per un modest +0,3% de la restauració), tot i que el creixement absolut és similar a ambdues branques.

**Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona
entre IV trimestre 2008 i IV trimestre 2012**


Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El sector de l'hostaleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2012 que es tradueix en un increment acumulat de 241 centres de cotització i un 3,5% en termes relatius, essent doncs l'activitat amb major dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística, que es recupera abans i evoluciona molt més favorablement que el consum intern.

Nombre de centres de cotització de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria a Barcelona IV trim. 2012

| | Barcelona | RMB | Catalunya | Pes (%) Bcn/RMB | Pes (%) Bcn/Catalunya |
|----------------------------|--------------|---------------|---------------|--------------------|--------------------------|
| Serveis d'allotjament | 676 | 1.082 | 2.478 | 62,5 | 27,3 |
| Serveis de menjar i beguda | 6.419 | 14.468 | 23.178 | 44,4 | 27,7 |
| Total | 7.095 | 15.550 | 25.656 | 45,6 | 27,7 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 45,6% dels 15.550 centres de cotització de l'hostaleria de la RMB i el 27,7% dels 25.656 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament 6 de cada 10 centres de cotització de la Regió Metropolitana es localitzen a la ciutat (el 62,5%) evidenciant la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona, mentre que en relació a Catalunya aquest fet no és tan pronunciat ja que l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat es redueixi a poc més de la quarta part del total (27,3%). La restauració de la ciutat representa el 44,4% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'àmbit metropolità, mentre que en relació a Catalunya assoleix el 27,7%.

A les dues branques de l'hostaleria, la concentració a Barcelona és més accentuada en termes de llocs de treball que de centres de cotització, posant de manifest que la ciutat tendeix a comptar amb unitats empresarials de major dimensió mitjana.

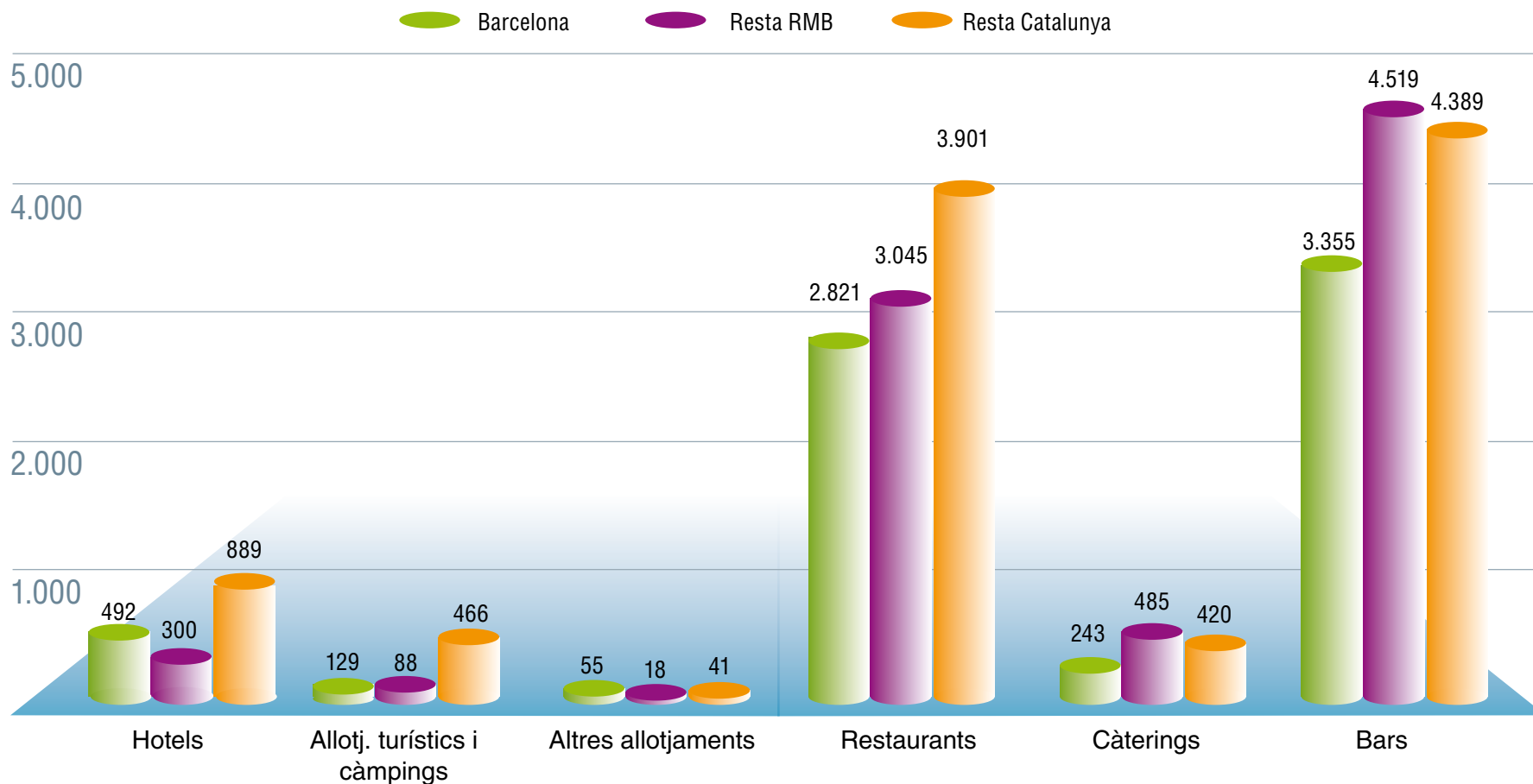
Centres de cotització en el sector de l'hostaleria a Barcelona

Variació Interanual IV trimestre 2011 / IV trimestre 2012 (%)

| | Barcelona | RMB | Catalunya |
|----------------------------|-----------|-----|-----------|
| Serveis d'allotjament | 2,4 | 3,0 | 0,4 |
| Serveis de menjar i beguda | 0,3 | 0,8 | 0,8 |
| Total | 0,5 | 0,6 | 0,7 |

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria durant el 2012 ha estat positiva a Barcelona (+0,5%), mentre que a la RMB i Catalunya aquest indicador experimenta un lleuger retrocés -de -0,6 i -0,7%, respectivament-, degut a la reducció de la branca de menjar i begudes (-0,8% en ambdós casos). Quant als serveis d'allotjament, els tres àmbits territorials assoleixen un increment, més pronunciat a la RMB i Barcelona (+3% i +2,4%, respectivament) que a Catalunya (0,4%).

Nombre de centres de cotització de la Seguretat Social al sector de l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2012


Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

5. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

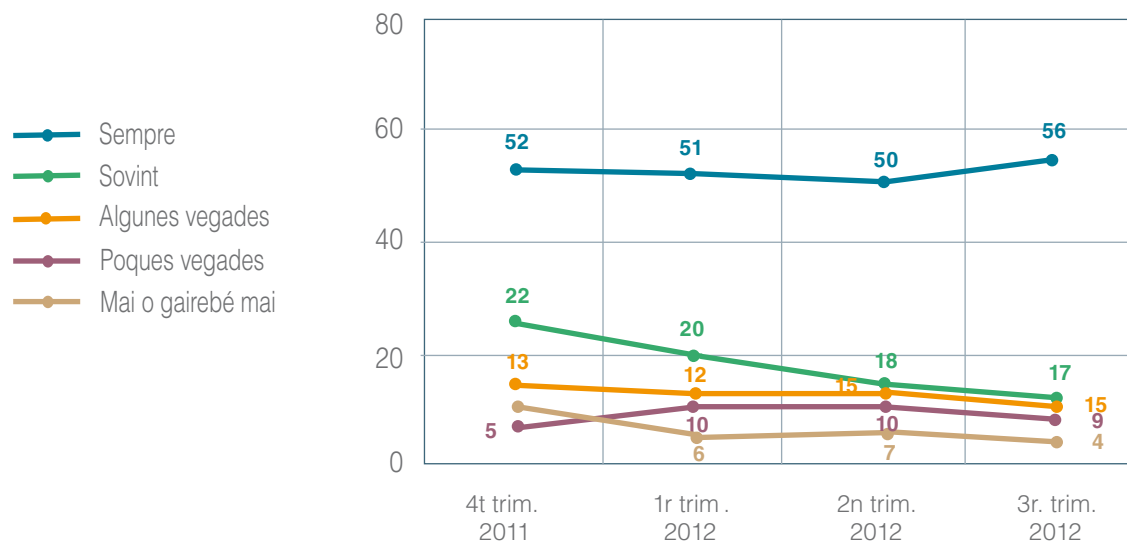
5.1. ENQUESTA D'OPINIÓ SOBRE EL COMERÇ MITJANÇANT L'ÒMNIBUS MUNICIPAL 2012

L'Òmnibus municipal de comerç ens facilita informació sobre la opinió dels ciutadans respecte al comerç de la ciutat i els seus hàbits de compra.

L'any 2012 s'han efectuat 1.000 entrevistes en cada una de les quatre fases (març, juny, setembre i desembre) entre la població de Barcelona més gran de setze 16 anys amb llars amb telèfon.

El 55,7 % dels Barcelonins afirma que acostuma a fer sempre les compres de casa seva. Especialment les dones i les persones de més edat són les que realitzen més les compres de la seva llar.

Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?



Grau de satisfacció

L'oferta comercial, els horaris comercials i l'atenció rebuda són termòmetres que indiquen la satisfacció del ciutadà envers el comerç barceloní i l'evolució marca una tendència estable i molt favorable.

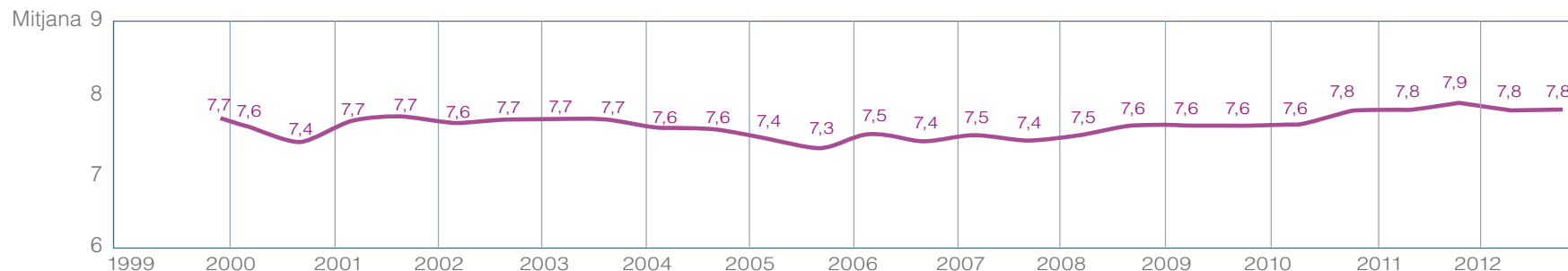
Els entrevistats que acostumen a realitzar les compres de casa seva valoren l'oferta comercial de Barcelona amb una nota mitjana de 7,8 en una escala de l'1 al 10.

Es mostren més satisfets amb l'oferta comercial de la ciutat les persones de 35 a 54 anys i els veïns de Sarrià-Sant Gervasi i Sant Andreu.

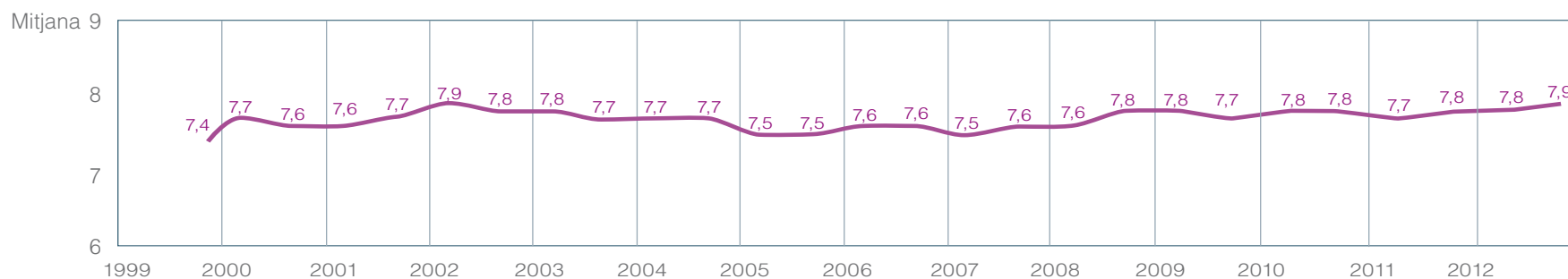
Quan es demana pel grau de satisfacció amb els horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,9, (Les dones (8,0) i els que viuen a Gràcia (8,1) i Sant Andreu (8,1) es mostren més satisfets amb els horaris comercials de Barcelona).

Respecte a l'atenció personal per part dels comerciants es valora amb un 7,2 de mitjana sobre 10. El 68,1% dels compradors es mostra molt o força satisfet, el 25 % n'està satisfet i el 4,1 poc o gens.

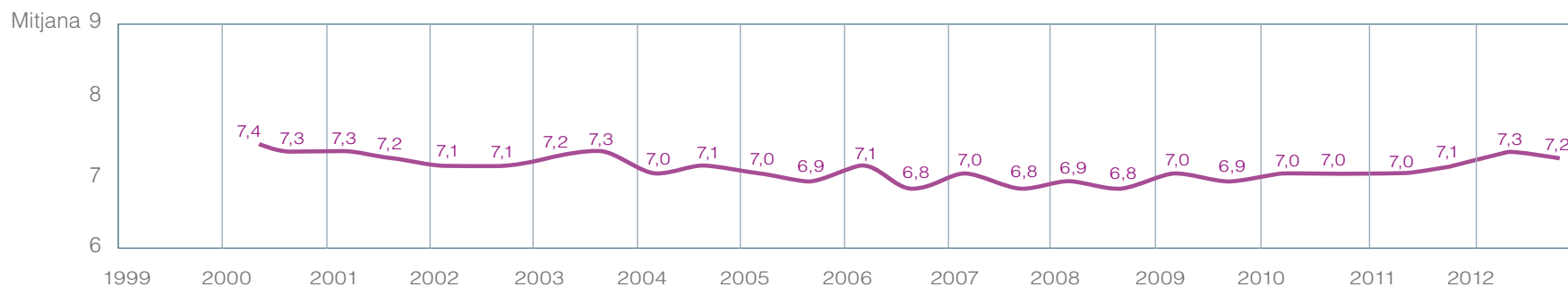
Evolució del grau de satisfacció amb l'oferta comercial de la ciutat



Evolució del grau de satisfacció amb els horaris comercials de la ciutat



Evolució del grau de satisfacció respecte a l'atenció personal per part dels comerciants de la ciutat

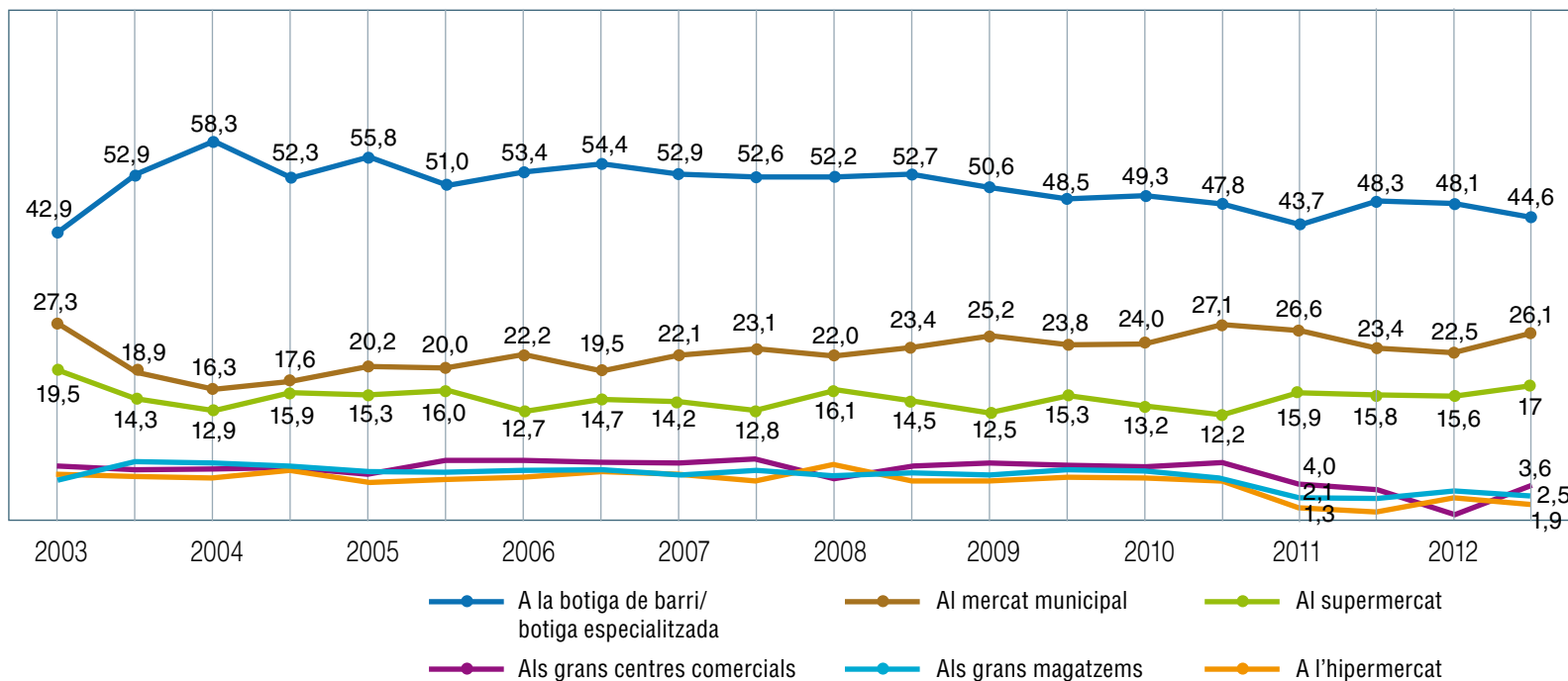


L'atenció rebuda segons el tipus d'establiment

La botiga de barri o especialitzada continua sent l'establiment on els compradors se senten millor atesos, en concret un 44,6%. A continuació se senten millor atesos als Mercats Municipals, un 26,1% i al supermercat, un 17,0%.

En menor mesura, es decanten per grans centres comercials (3,6%) i grans magatzems (2,5%). Aquests són els preferits per la població més jove, de 16 a 24 anys (57,4%).

A quin tipus d'establiment l'atenen millor? (evolució)

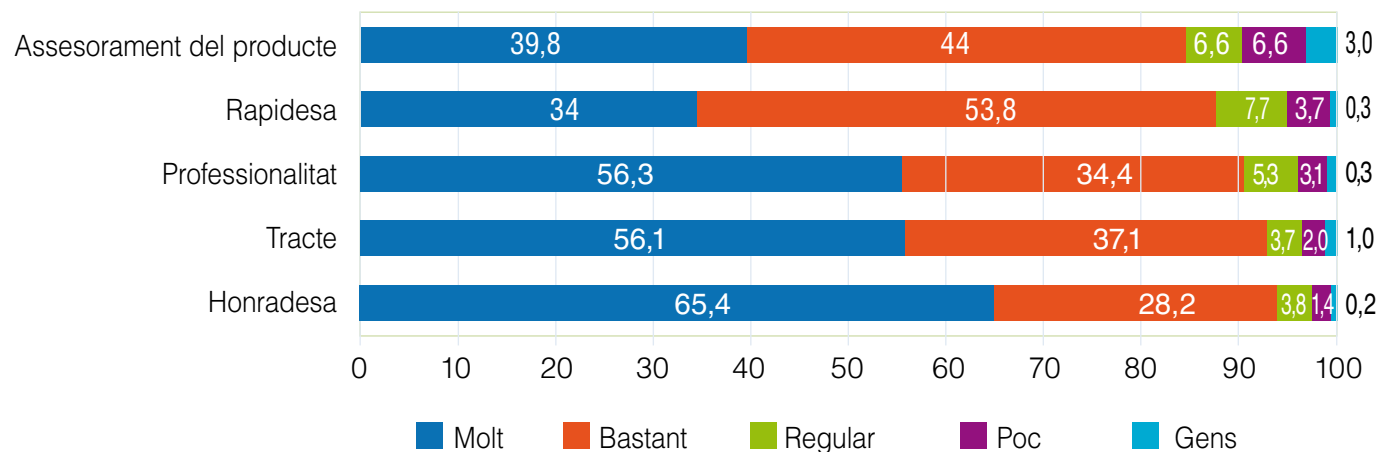


Valoració del comerç de la ciutat

El comerç barceloní es caracteritza per la seva proximitat al barri i per la qualitat en l'atenció personalitzada, aspectes molt importants per als entrevistats i que estan valorats amb una nota d'excel·lent.

Els aspectes més valorats són L'honradesa i el tracte personal, amb un 93,6% i un 93,2% respectivament, seguit de la professionalitat amb un 90,7%

Quan va a comprar, com valora els següents aspectes?



Els horaris comercials

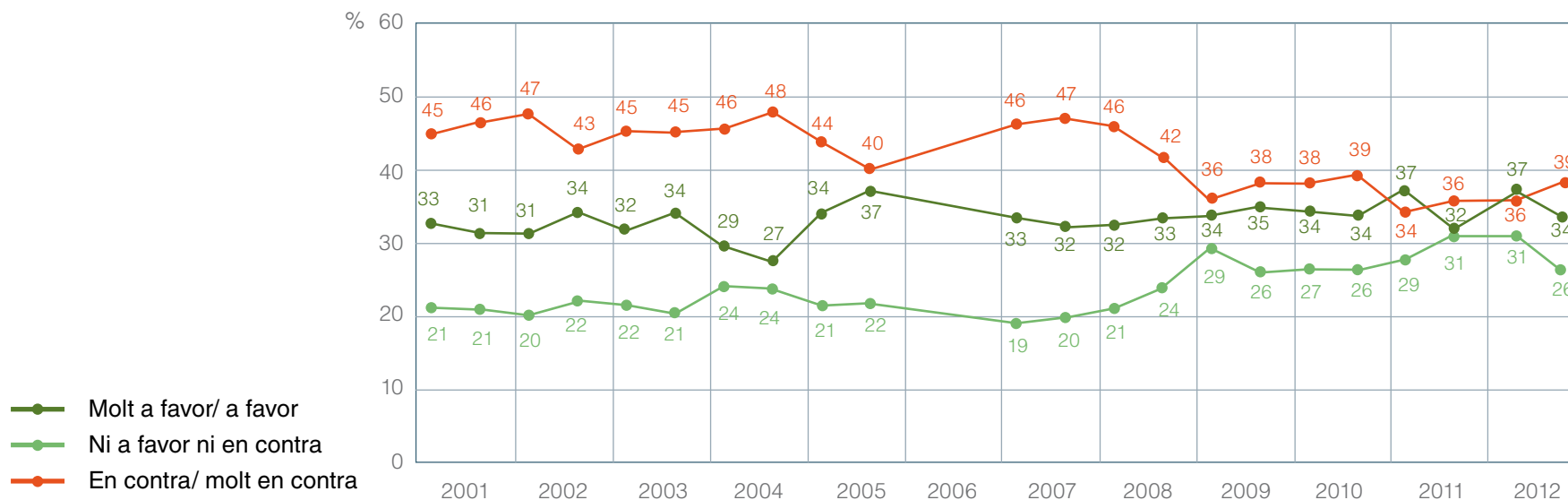
Un altre dels aspectes més valorats a la ciutat és l'horari comercial, en concret, els barcelonins atorguen un 7,9 de mitjana, amb evolució estable.

Per altra banda, l'obertura en diumenge genera divisió d'opinions, un 39,4% dels barcelonins està en contra de que s'obrin els comerços els diumenges, el 33,8% es mostra favorable i el 25,8% és neutral.

Es mostren més partidaris de que els comerços obrin en diumenge els homes (36,1%), a mesura que minva l'edat de l'entrevistat, sobretot al segment de 16 a 24 anys (54,5%).

Els veïns de Ciutat Vella són els que més discrepen amb l'obertura en diumenges, en concret un 47,7%.

En quina mesura està a favor o en contra de l'obertura dels comerços en diumenge?



Hàbits de compra

El supermercat és l'establiment preferit per comprar l'alimentació (49%) i altres productes d'ús quotidià (75,1%).

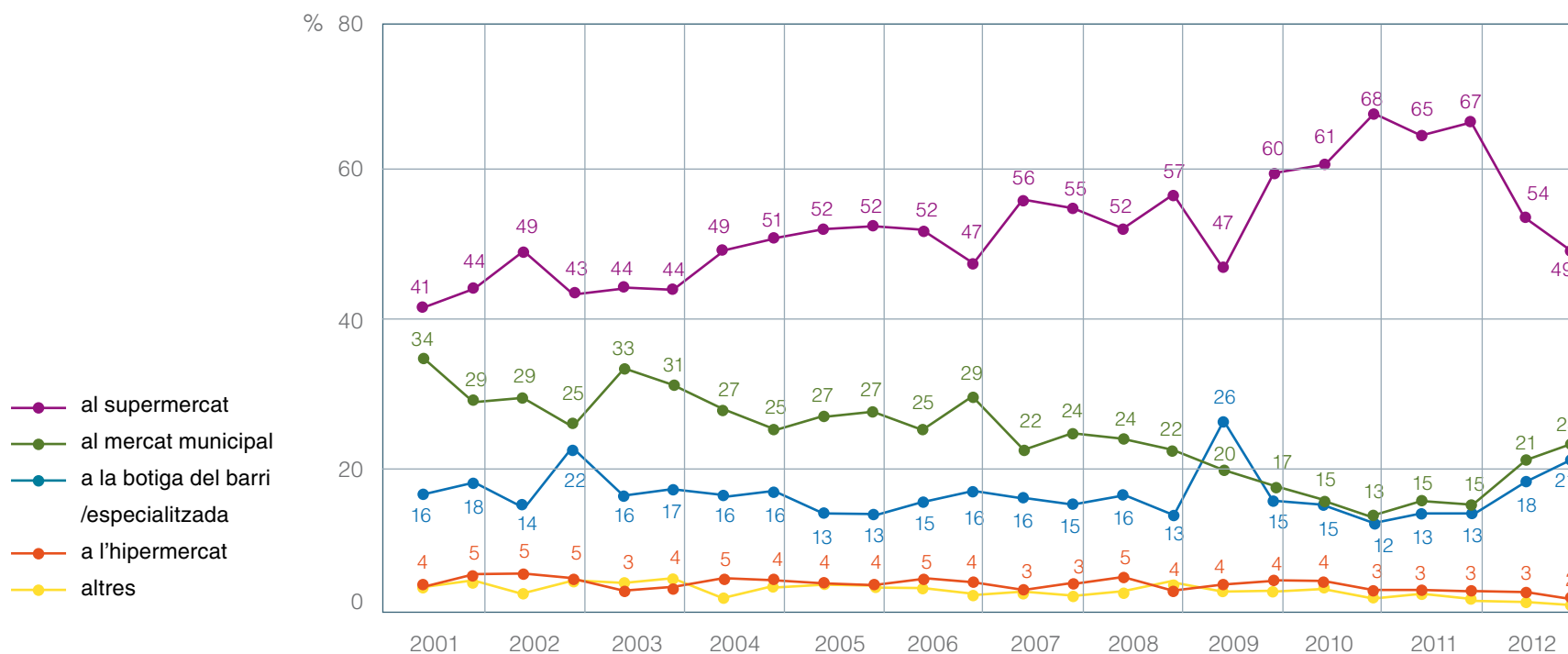
Tot i un augment de les compres a les botigues de barri, arribant a un 21,4% per la compra d'alimentació, aquestes botigues destaquen per la compra d'altres productes: roba i calçat (49%), parament de la llar (49%) i productes d'oci i cultura (65,7%).

La majoria dels consumidors opta per desplaçar-se a peu, seguit del transport públic i els productes d'alimentació i altres quotidians s'acostumen a pagar en efectiu, mentre que la roba, el calçat i parament de la llar amb targeta.

L'alimentació

Al desembre 2012 disminueix el nombre dels compradors d'aliments al supermercat, un -15,8 punts, mentre que augmenta el nombre de compradors a mercat, 7,4 punts i a les botigues de barri i especialitzades, 7,9 punts.

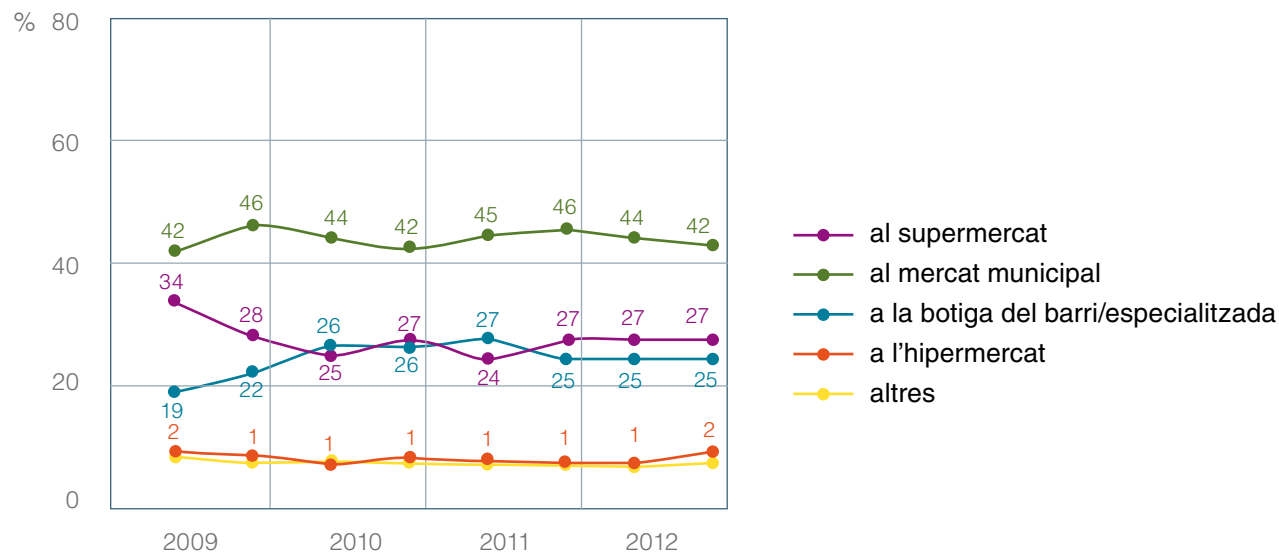
A quin establiment acostuma a comprar els aliments?



L'alimentació fresca

El 41,8% compra l'alimentació fresca al mercat municipal, el 27,3% a les botigues de barri o especialitzades i el 25,3% al supermercat. Continua una evolució estable en els hàbits de compra.

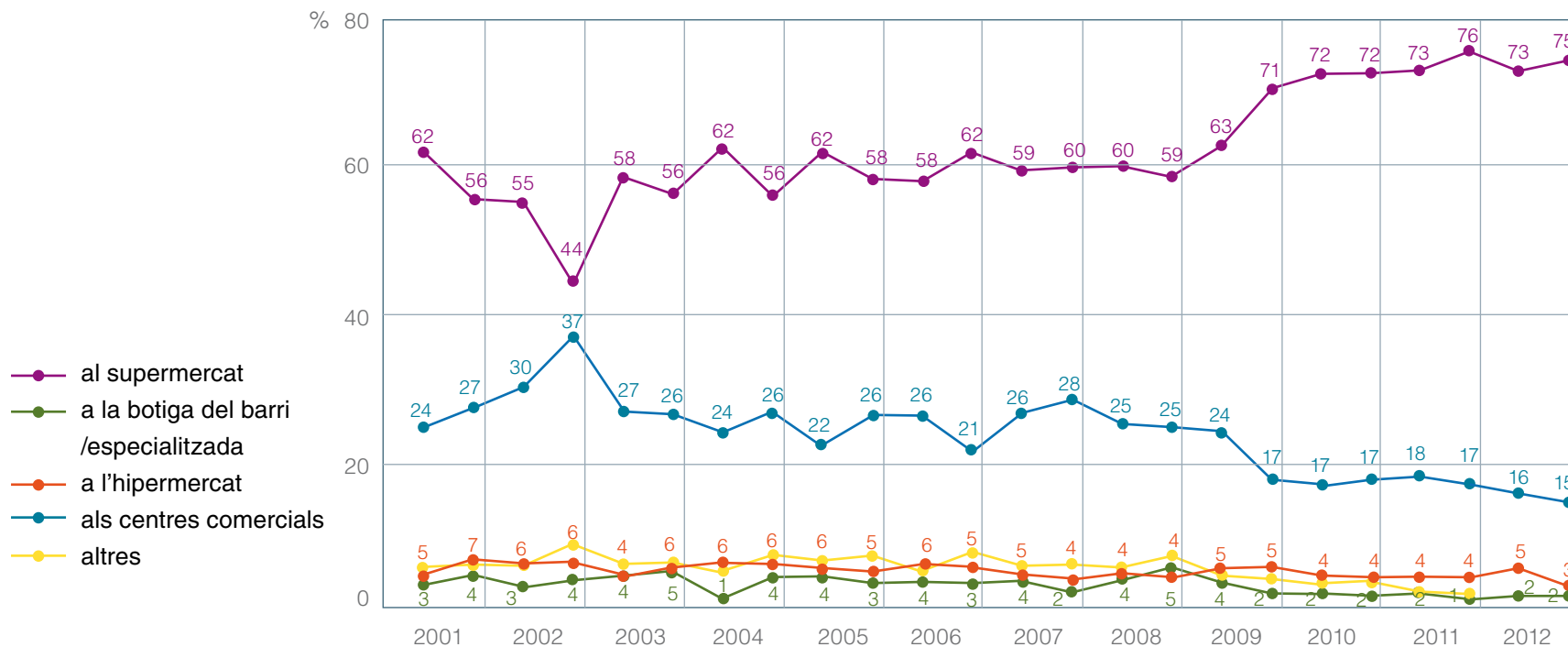
A quin establiment acostuma a comprar l'alimentació fresca?



Altres productes d'ús quotidià

Des del 2010 hi ha una major tendència a comprar aquests productes al supermercat, un 75,1%, mentre que el comerç de barri o especialitzat perd compradors i se situa en un 15,0%.

A quin establiment acostuma a comprar altres productes d'ús quotidià?

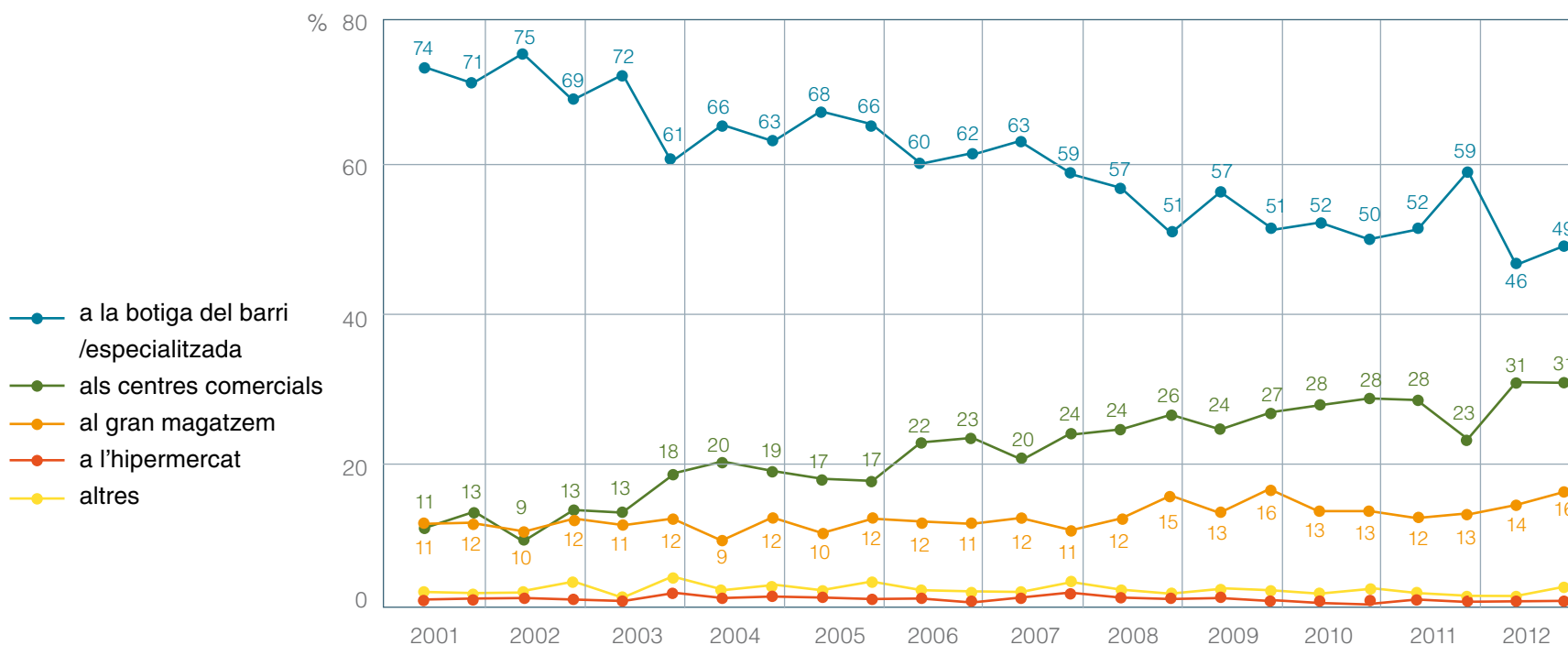


La roba i el calçat, el parament de la llar i la cultura

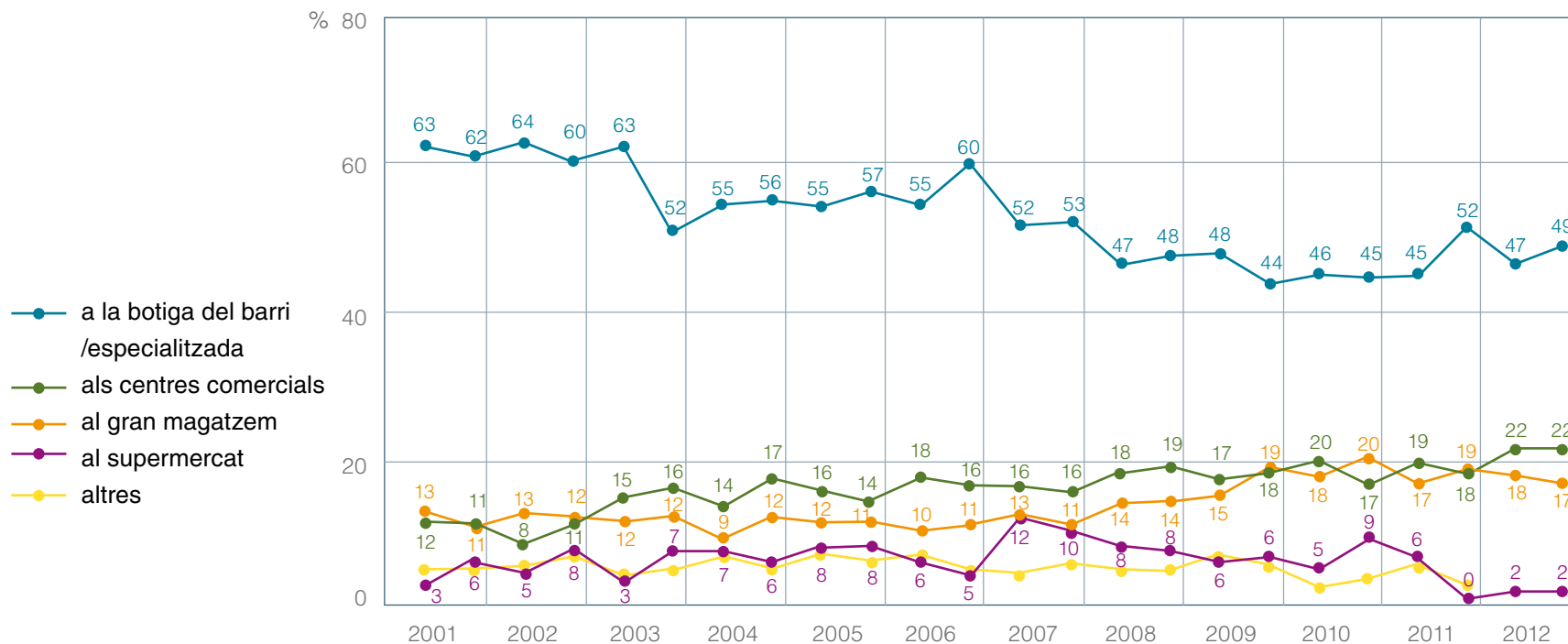
La botiga de barri continua acaparant la compra d'aquests productes, sense variacions significatives respecte a l'any 2011. Cal indicar que a mesura que augmenta l'edat és fa més habitual comprar a les botigues especialitzades o de barri i menys en els centres comercials.

Alhora s'observa un augment dels desplaçaments a peu per realitzar les compres d'aquests productes, en concret, per la roba i calçat augmenta 12,9 punts, arribant a un 57% , els productes de parament de la llar augment un 8,0 punts, amb un 51,3% i per anar a comprar oci i cultura, es manté el percentatge d'anar a peu (64,2%).

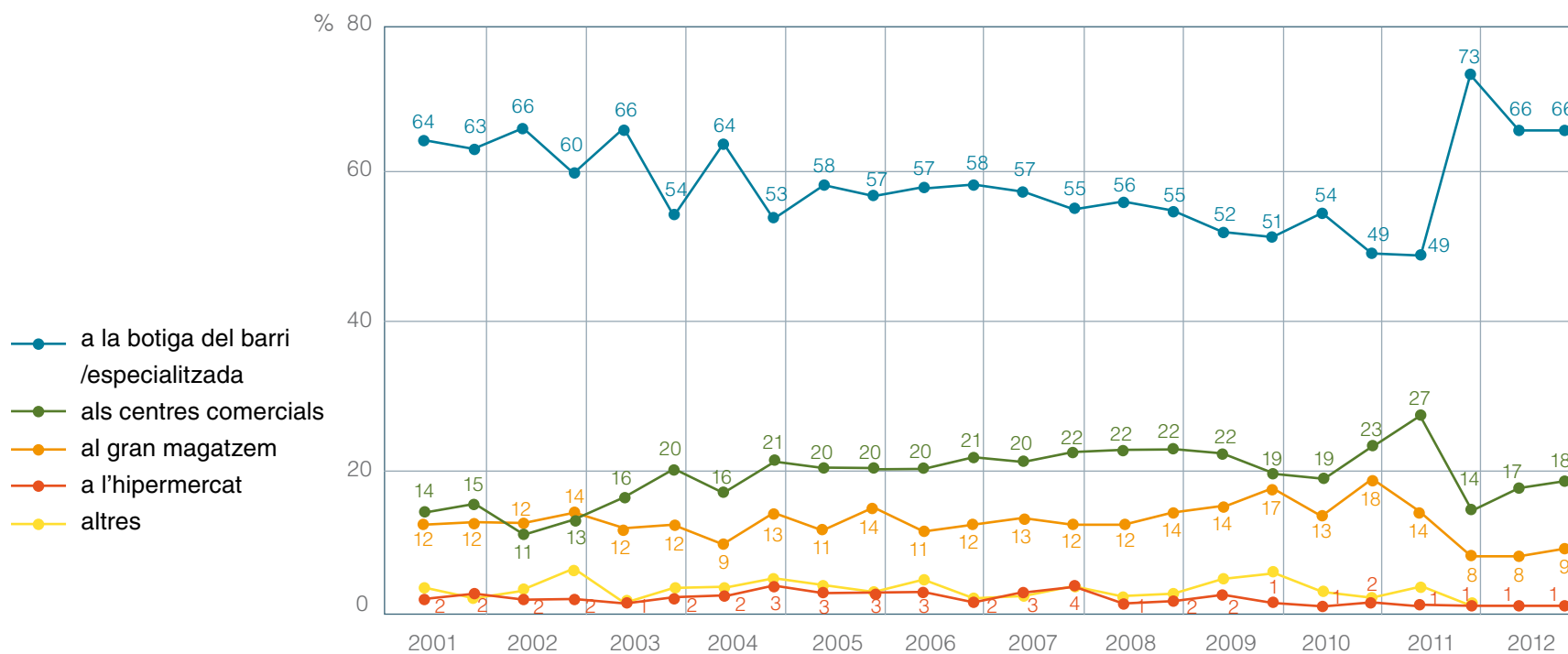
A quin establiment acostuma a comprar la roba i calçat?



A quin establiment acostuma a comprar els productes per al parament de la llar?



A quin establiment acostuma a comprar els productes d'oci i cultura?



Zones comercials

El 76% dels barcelonins van a comprar a alguna zona comercial de la ciutat, un 5% més que l'any 2011. Les zones comercials més visitades pels barcelonins són Barnacentre – plaça Catalunya (21,3%), la zona de l'avinguda Diagonal entre El Corte Inglés i L'Illa (18,2%) i la Maquinista (17,8%).

Acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a fer-ho?
evolució 2006-2012. (suma de dues respostes)

| % | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. |
| Barnacentre-Corte Inglés(pl. cat.) | 8,6 | 10,6 | 9,7 | 11,7 | 14,3 | 16,0 | 15,8 | 13,3 | 14,4 | 20,1 | 27,1 | 21,1 | 25,3 | 21,3 |
| Diagonal-illa - El Corte Inglés | 10,9 | 9,8 | 10,5 | 9,9 | 8,5 | 12,4 | 10,8 | 11,4 | 10,7 | 16,9 | 14,6 | 13,1 | 19,2 | 18,2 |
| CC La Maquinista | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,8 | 10,3 | 13,7 | 15,7 | 17,7 | 17,8 |
| CC Glòries | - | - | - | - | - | - | - | - | 7,5 | 8,7 | 10,8 | 10,2 | 13,8 | 12,7 |
| Diagonal Mar | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,7 | 7,7 | 10,6 | 10,4 | 13,6 | 11,5 |
| Rambla de Catalunya - El Triangle | 17,1 | 17,7 | 16,0 | 14,0 | 11,5 | 11,1 | 11,4 | 8,0 | 12,7 | 6,8 | 5,0 | 4,5 | 4,9 | 9,1 |
| Passeig de Gràcia | 11,9 | 11,3 | 14,6 | 11,6 | 8,9 | 5,7 | 6,9 | 7,3 | 6,8 | 5,7 | 1,7 | 4,0 | 2,2 | 4,7 |
| Heron City | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,5 | 1,8 | 2,2 | 1,7 | 3,9 | 3,1 |
| L'Eix de Sant Andreu | 4,1 | 4,1 | 4,9 | 3,3 | 3,9 | 5,4 | 4,3 | 4,0 | 2,6 | 3,3 | 2,0 | 1,2 | 3,6 | 2,6 |
| Gran Via 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,6 | 3,6 | 2,9 |
| Gran de Gràcia | 3,9 | 3,3 | 3,7 | 4,0 | 3,8 | 4,1 | 3,4 | 3,1 | 3,1 | 2,1 | 1,7 | 1,7 | 2,2 | 2,7 |
| Plaça Espanya / CC Las Arenas | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,1 | 1,6 | 2,1 | 2,8 |
| Eix Sants-Les Corts | - | - | 1,6 | 0,3 | 0,6 | 2,7 | 1,4 | 1,9 | 1,2 | 1,8 | 0,8 | 1,3 | 2,0 | 1,4 |
| L'Eix Horta | 0,8 | 0,7 | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 2,3 | 1,4 | 1,4 | 1,7 | 1,1 | 0,9 | 0,3 | 1,7 | 0,8 |
| Sants-Creu Coberta | 7,4 | 3,5 | 3,5 | 4,7 | 5,5 | 5,3 | 4,4 | 3,2 | 2,7 | 2,4 | 3,1 | 3,2 | 1,6 | 1,6 |
| Dreta de L'Eixample | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,9 | 1,4 | 1,9 | 1,1 | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 0,7 | 1,0 | 1,5 | 0,5 |

(Continua a la pàg. següent)

Acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a fer-ho?
evolució 2006-2012. (suma de dues respostes)

(Ve de la pàg. anterior)

| % | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. |
| Les Rambles | 4,6 | 3,2 | 2,7 | 3,7 | 2,1 | 4,1 | 2,6 | 4,1 | 3,4 | 2,5 | 0,6 | 0,3 | 1,4 | 1,2 |
| Sant Antoni Centre Comercial | 2,1 | 1,6 | 3,2 | 1,9 | 1,9 | 2,4 | 1,9 | 1,7 | 1,4 | 0,9 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 |
| Sarrià | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 1,5 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,3 | 1,2 | 0,5 |
| Bulevards de Nou Barris | 2,0 | 1,7 | 1,4 | 1,4 | 1,6 | 3,7 | 1,6 | 2,5 | 2,0 | 1,2 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,8 |
| CC Maremàgnum | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,1 | - | - | 0,8 | 0,6 | 0,5 |
| Gràcia Nova | 0,3 | 0,5 | 1,2 | 0,6 | 1,2 | 0,3 | 0,2 | 1,0 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,3 |
| Barnavasi-Galvany | 0,1 | 1,3 | 0,3 | 0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,4 | 0,3 |
| Verneda Eix Comercial | - | - | 1,5 | 0,3 | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,5 | 0,7 | 1,1 | 0,5 | - | 0,3 | 0,3 |
| Nou Drassanes | - | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 1,1 | 0,1 | - | 0,1 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 0,3 |
| Poble Nou | 1,8 | 1,4 | 0,6 | 1,2 | 1,4 | 2,6 | 0,6 | 1,9 | 1,3 | 0,4 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | 0,5 |
| L'Eix Maragall | 0,3 | 0,3 | 0,9 | 0,9 | 0,5 | 1,0 | 1,4 | 0,5 | 0,3 | 0,3 | - | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Altres | 0,0 | 1,7 | 0,1 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 2,7 | 0,0 | 7,6 | 7,6 | 2,3 | 1,0 | 4,5 | 5,0 |
| No acostumo anar-hi | 41,4 | 44,2 | 42,4 | 46,0 | 47,0 | 36,8 | 43,0 | 45,1 | 32,9 | 26,7 | 27,5 | 32,4 | 20,3 | 21,6 |
| NS / NC | 0,5 | - | 0,4 | 0,4 | 1,9 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,0 | 0,8 | 2,1 |
| N | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.000) | (1.015) | (1.016) | (1.000) | (1.000) |

El més valorat a les zones comercials és la varietat (41,5%) i la proximitat (20,7%). Altres aspectes que es consideren importants són la concentració de botigues (13,0%, el preu (11,9%), l'espai (10,2%), el tracte al client (6,8%), el tipus de productes (5,9%), la qualitat (4,6%) i la comoditat (4,1%). Tot i que en els darrers anys tenen més rellevància el preu, el tracte amb el client i la comoditat, mentre que perden importància el tipus de botiga, l'aparcament, les bones comunicacions, la possibilitat de passejar-hi i el fet de conèixer la zona comercial.

Què és el que més valora de les zones comercials on va a comprar? evolució 2006-2012

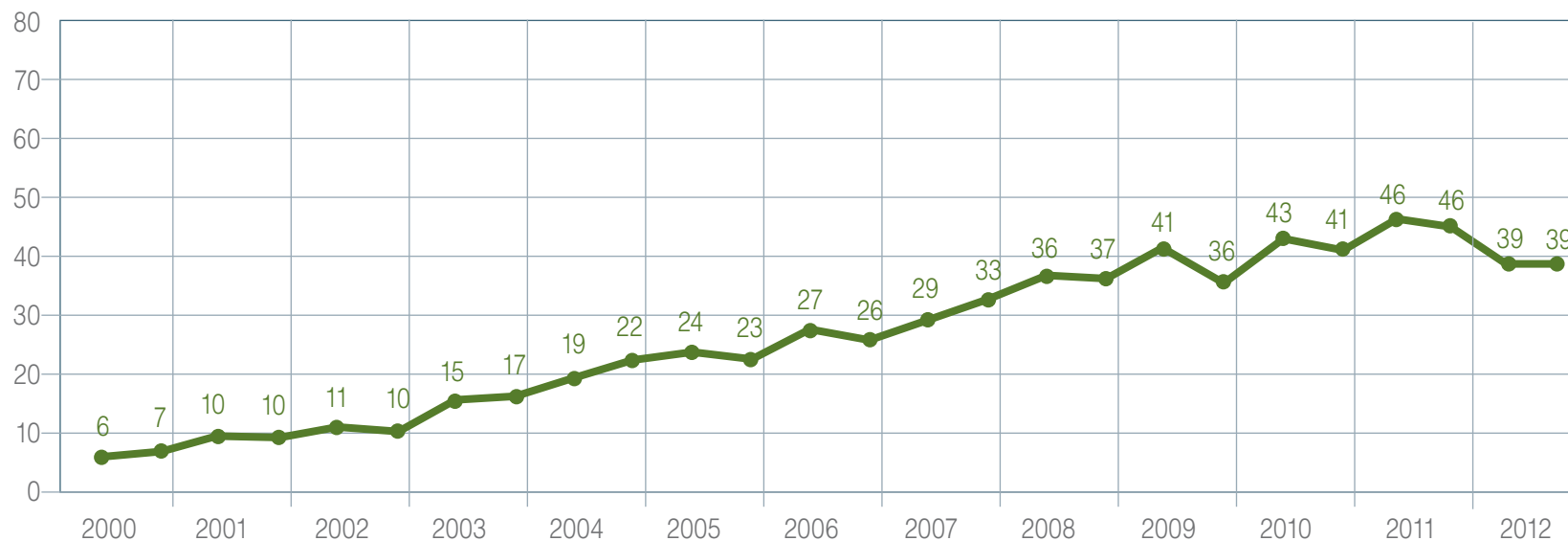
| % | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 | |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. |
| La varietat (llibertat d'elecció) | 45,4 | 47,3 | 46,7 | 45,1 | 38,6 | 40,1 | 50,8 | 45,7 | 42,9 | 42,9 | 40,5 | 35,3 | 30,4 | 41,5 |
| La proximitat | 14,8 | 14,0 | 17,0 | 18,3 | 22,1 | 19,5 | 16,3 | 19,5 | 27,6 | 22,9 | 22,1 | 23,0 | 25,9 | 20,7 |
| La concentració de botigues | 5,5 | 7,0 | 7,3 | 2,8 | 12,9 | 14,7 | 6,8 | 9,2 | 7,9 | 10,0 | 11,5 | 13,4 | 13,3 | 13,0 |
| L'espai | 3,6 | 3,8 | 3,3 | 6,7 | 3,1 | 3,1 | 4,5 | 3,7 | 6,2 | 8,0 | 10,5 | 10,2 | 9,0 | 10,2 |
| El preu | 5,9 | 8,8 | 7,7 | 6,0 | 4,9 | 3,4 | 1,8 | 2,1 | 3,8 | 3,3 | 3,7 | 2,4 | 8,4 | 11,9 |
| El tipus de botigues | 3,6 | 5,0 | 4,0 | 6,3 | 6,3 | 4,2 | 6,1 | 6,7 | 5,8 | 5,8 | 6,1 | 7,5 | 6,5 | 2,0 |
| El tipus de productes | 5,5 | 5,2 | 3,5 | 6,0 | 4,3 | 3,1 | 1,4 | 1,7 | 3,0 | 5,2 | 4,0 | 3,2 | 6,5 | 5,9 |
| El tracte al client | 7,2 | 7,0 | 6,5 | 6,5 | 3,1 | 4,0 | 4,1 | 3,9 | 3,3 | 1,9 | 3,7 | 2,9 | 6,5 | 6,8 |
| La qualitat | 5,7 | 5,9 | 7,5 | 6,2 | 2,7 | 3,9 | 4,5 | 1,9 | 3,5 | 3,4 | 2,3 | 4,2 | 5,3 | 4,6 |
| L'aparcament | 0,2 | 0,5 | 0,9 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 1,3 | 2,6 | 1,8 | 4,0 | 3,5 | 4,3 | 2,0 |
| Els serveis | 1,4 | 0,2 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,8 | 2,2 | 1,7 | - | 4,2 | 2,6 |
| La possibilitat de passeig i compra | 3,6 | 2,7 | 1,7 | 1,1 | 5,3 | 5,2 | 3,8 | 3,2 | 4,1 | 2,0 | 2,1 | 2,6 | 3,5 | 1,2 |
| La comoditat | 2,9 | 2,5 | 3,1 | 2,4 | 1,6 | 3,2 | 5,4 | 2,4 | 2,0 | 2,8 | 1,9 | 2,6 | 3,5 | 4,1 |
| La ubicació | - | - | - | - | - | - | - | - | 2,0 | 2,3 | 3,6 | 2,3 | 3,3 | 0,9 |
| L'ambient | 6,0 | 2,5 | 3,1 | 4,9 | 3,3 | 4,5 | 3,9 | 3,4 | 3,0 | 2,6 | 2,9 | 4,4 | 2,3 | 2,1 |
| Està ben comunicat | 1,2 | 2,5 | 4,2 | 2,6 | 5,3 | 4,2 | 3,2 | 4,5 | 1,4 | 2,9 | 3,2 | 2,7 | 2,2 | 1,6 |
| La tranquil·litat | - | 1,8 | 2,1 | 2,1 | 3,9 | 2,3 | 1,8 | 1,7 | 2,0 | 1,8 | 2,1 | 1,5 | 1,8 | 0,8 |
| Costums | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 1,5 | 2,5 | 1,8 | 1,4 | 2,8 | 2,3 | 1,7 | 1,2 | 0,6 | 1,3 | 0,1 |
| L'horari | 1,0 | 0,2 | - | 0,2 | 0,4 | 0,6 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | 0,3 | 0,6 | 1,0 |
| La forma de pagament | 0,2 | - | - | - | - | - | - | 0,2 | - | - | 0,6 | 0,5 | 0,3 | 0,1 |
| Altres | 3,4 | 3,2 | - | - | - | 1,0 | 1,6 | - | 1,2 | 1,1 | 3,3 | 2,6 | 2,3 | 5,4 |
| Tot en general | 0,7 | 0,4 | 0,5 | - | 1,6 | 0,5 | 1,4 | 1,9 | 2,0 | 0,6 | 1,2 | 2,9 | 2,0 | 3,5 |
| Res | - | - | 0,9 | 1,3 | - | - | - | 0,2 | - | 0,0 | 0,3 | 0,8 | 0,6 | 0,9 |
| NS / NC | 1,7 | 1,4 | 1,4 | 1,1 | 2,7 | 4,5 | 2,0 | 3,2 | 4,5 | 8,5 | 11,5 | 2,4 | 1,8 | 3,0 |
| N | (581) | (558) | (572) | (536) | (511) | (619) | (557) | (534) | (660) | (721) | (724) | (666) | (789) | (763) |

Compra per Internet

Gairebé el 39% dels barcelonins ha comprat alguna vegada per internet. Aquest percentatge és més alt entre les persones de 16 i 44 anys (59,4%) i els veïns de Les Corts (48,1%) solen comprar més per internet que veïns d'altres districtes de la ciutat.

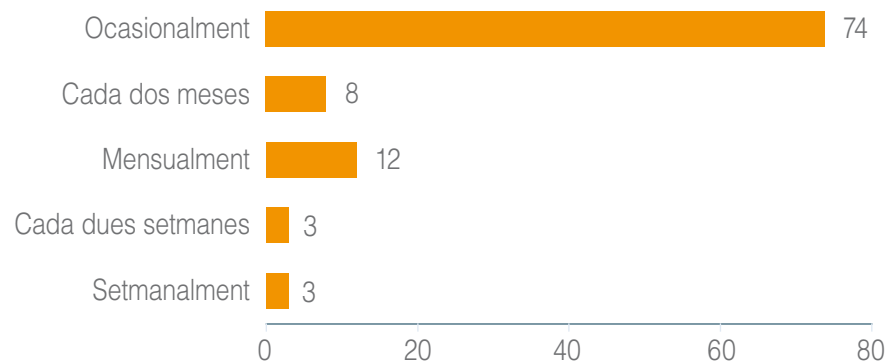
L'evolució ens indica un manteniment de la proporció de compradors per Internet tot i que la cota més alta es va assolir l'any 2011, amb un 46%.

Ha compra't alguna vegada per Internet? evolució 2000-2012



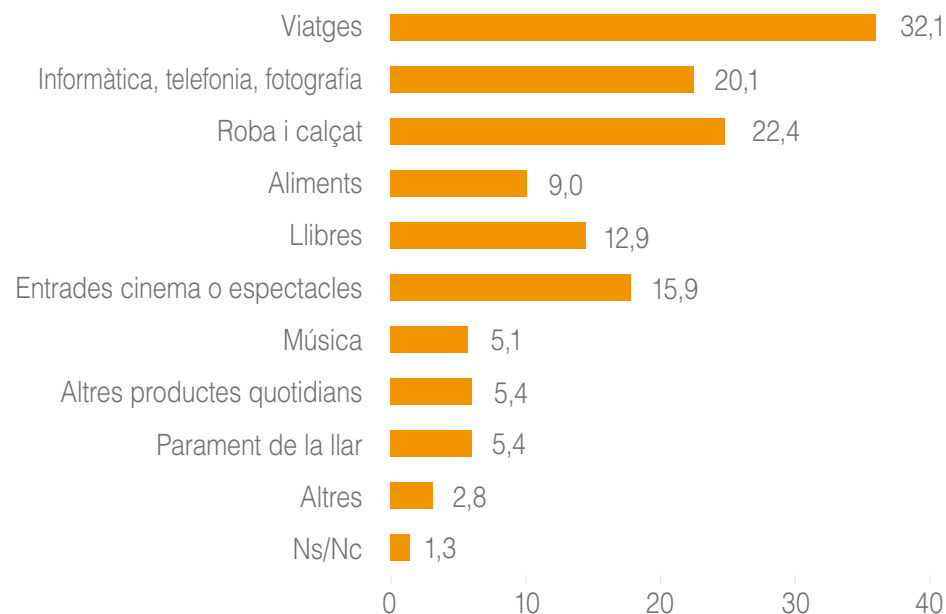
La majoria de les persones entrevistades que diuen haver comprat alguna vegada per Internet ho fa de forma ocasional (74%). El 12% declara fer-ho mensualment i el 8% cada dos mesos.

Amb quina freqüència acostuma a comprar per Internet?



Els productes que més es compren per Internet són els d'oci (73,0%), sent els viatges el de màxima demanda, amb el 32,1%, el 22,4% ha comprat roba i calçat, el 20,1% productes i serveis d'informàtica i telefonia, i el 9,0% articles d'alimentació.

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi?
(Espontània. Suma de dues respostes)



5.2. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR COMERCIAL A BARCELONA

L'objectiu principal de l'Enquesta de *L'Activitat del Sector Comercial de la Ciutat de Barcelona* és conèixer les característiques dels establiments comercials, l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial a la ciutat i les perspectives de futur.

El present informe està basat en les entrevistes realitzades a responsables de 2.400 establiments comercials visitats entre el 20 d'abril i el 31 d'octubre de 2012.

Des del 2009 la mostra quadrimestral comprèn 2.400 establiments comercials, dels quals 399 són de titularitat no espanyola. El motiu perquè s'ha procedit a fer dues submostres és copsar més específicament les característiques dels comerços de titularitat no espanyola.

Les característiques

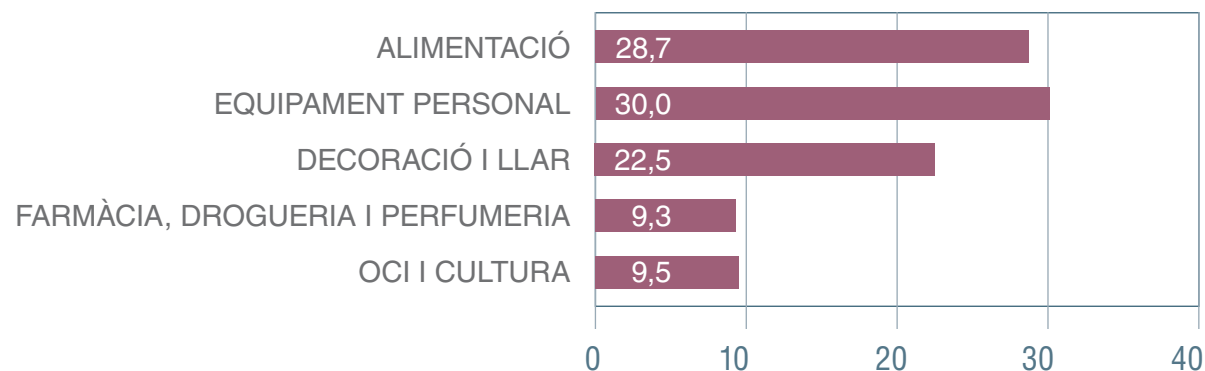
El 49,9% d'aquests establiments van obrir entre els anys 2000 i 2012; el 17,9% són establiments oberts entre 2010 i 2012. La mitjana d'antiguitat dels establiments de titularitat espanyola és de 19 anys i els de titularitat no espanyola només de 4 anys. Els establiments més recents són els *d'equipament personal* (uns 15 anys) i *d'alimentació no mercats* (14 anys). Els més antics són les *parades d'alimentació dels mercats* (24 anys) i les *farmàcies, drogueries i perfumeries* (24 anys).

Dos terços dels establiments són societats civils particulars, el 23% societats limitades i el 6,5% societats anònimes.

El 2,8% dels establiments comercials són una franquícia i més de la meitat d'origen català (54,2%).

El 4,3% dels negocis compten amb alguna central de compres. El sector de *farmàcia- drogueria i perfumeria* (12,7%) i de *decoració i llar* (8,5%) són els que més utilitzen aquest sistema de subministrament. Les centrals de compres majorment són catalanes (88,4%).

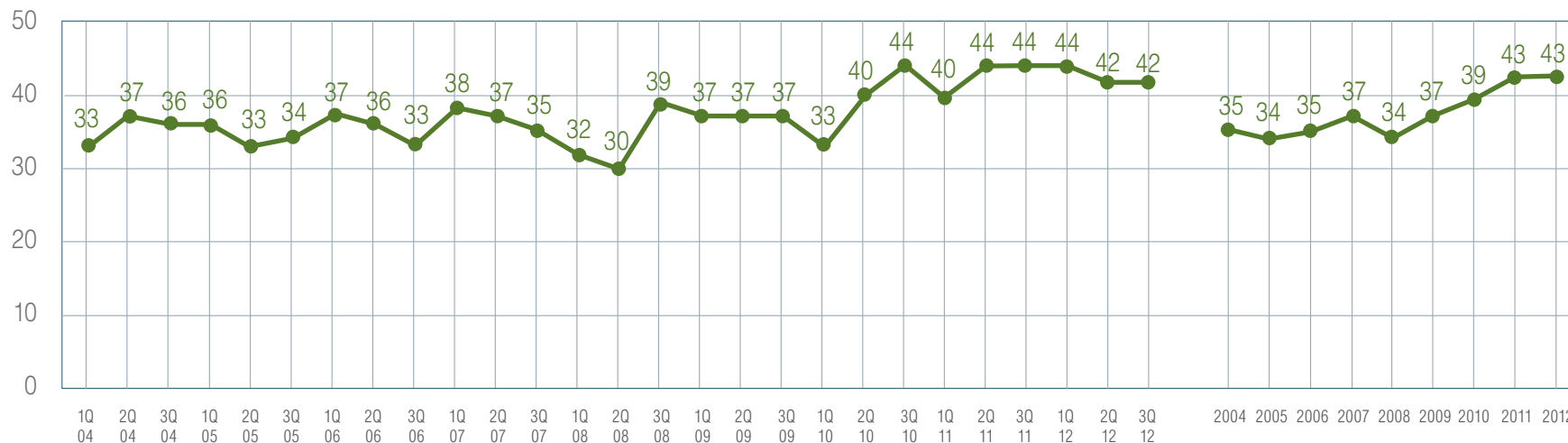
Tipus de comerç



L'associacionisme

El 42,6% dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial. Les parades d'*alimentació dels mercats* són les que presenten un índex d'associacionisme més alt (65,2%). Segons els responsables entrevistats, algunes de les actuacions que realitzen aquestes associacions són assessoria, tramitació i informació (31,0%), fires al carrer (15,3%), festes de barri (13,4%) i promocions (13,3%).

Pertinença a associacions o entitats



El local comercial

Respecte la **situació** dels establiments visitats, el 88% són botigues aïllades al carrer, el 10,3% parades de mercats municipals i l'1,7% botigues en centres o galeries comercials.

La **superfície** mitjana de la sala de vendes dels locals comercials (parades de mercat no incloses) és de 84,7 m². Les sales més grans es troben en els sectors d'*alimentació no mercats* (109 m²) i *decoració i llar* (126 m²). La resta solen tenir espais més petits.

Quant a l'**accessibilitat a la sala** de vendes, en el 35,4% dels casos l'entrada no té desnivell, en el 44,7% hi ha un graó baix (menys de 12 cm), en el 13,9% un graó mitjà (de 12 a 20 cm), en el 1,3% un graó de més de 20 cm; i en el 4,7% hi ha més d'un graó o una escala.

El 80,1% té una **obertura a l'entrada** de la sala de vendes amb una amplada superior a 70 cm. El 19,9% la té igual o inferior a 70 cm.

El 74,7% dels **rètols** dels establiments estan escrits en català (el 2009 sumaven el 63%), el 15,2% en castellà, el 7,3% en anglès i el 2,5% en altres llengües. En el cas dels establiments de titularitat no espanyola, també hi ha més rètols en català (62,0%) que en castellà (18,5%) i altres llengües (22,9%).

Pel que fa al règim de **tinença de local**, el 66,7% dels locals visitats són de lloguer, el 17,9% de propietat i l'11,6% són concessió municipal. Els sectors de *farmàcia-drogueria-perfumeria* i de *decoració i llar* són el que tenen més locals de propietat (28,8% i 22,9% respectivament). Pràcticament tots els establiments de titularitat no espanyola són de lloguer (93,8%).

El 81,1% dels comerços disposa de caixa registradora, majorment una (69,2%) i el 32,4% amb escàner (el 2008 era el 25%).

Els serveis

El **67,2%** dels comerços diu tenir un **sistema de venda assistida** (el 2005 era el 74%), principalment els *d'alimentació de mercats* (96,6%), *equipament personal* (76,4%) i *decoració de la llar* (75,8%). Altrament, el **23,9%** disposa d'un **sistema de lliure servei assistit**, en el cas d'*oci i cultura* és el 54,9%. El **8,8%** té un **sistema de lliure servei**, però a *alimentació no mercats* és del 25,1%.

Els comerços que disposen de cobrament amb targeta sumen el **80,1%** (el 2009 era el 76%). Aquest servei està implantat pràcticament en tot el sector *d'equipament personal* (95,3%) i *farmàcies, drogueries i perfumeries* (94,4). En canvi, és menys freqüent en el sector de *l'alimentació no mercats* (57,7%), i els establiments de titularitat no espanyola (62,2%).

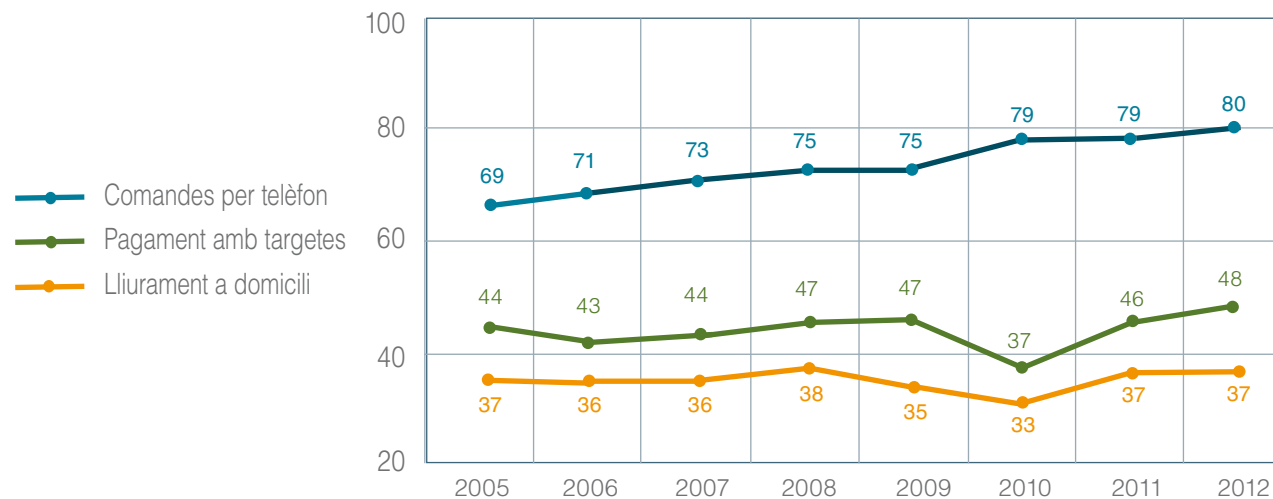
El **47,7%** dels establiments tenen **servei de comandes per telèfon**. Concretament, al sector *d'alimentació de mercats* (84,4%) i *d'alimentació general* (62,8%). El 20,0% dels establiments de titularitat no espanyola també en disposa (4 punts més que el 2010).

El **37,4%** dels establiments visitats ofereix portar les **compres a domicili**. Aquest servei és més habitual als rams de *decoració i llar* (70,6%), *d'alimentació mercats* (68,3%) i *general* (48,2%).

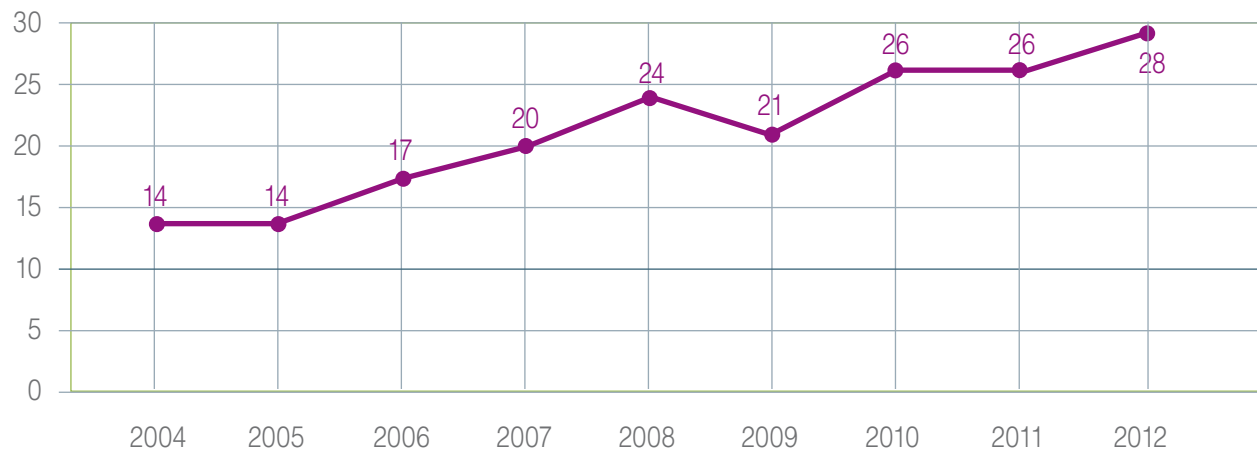
El **58,6%** dels comerços té la **gestió informatitzada**. Els sectors més informatitzats són *farmàcia-drogueria-perfumeria* (81,6%) i *decoració i llar* (69,7%); a continuació, *equipament personal* (61,2%), *alimentació no mercats* (52,0%), *oci-cultura* (47,7%) i finalment *alimentació mercats* (28,1%). El **42,6%** dels establiments de titularitat no espanyola tenen la gestió informatitzada.

Els establiments que disposen de **web** sumen **28,5%**. Pel que fa als establiments de titularitat no espanyola, la tinença de web és del 12,9% (ara bé, en el cas dels comerços de **titularitat europea** és el **51,4%**).

El seu comerç disposa dels següents serveis?



El seu establiment disposa de pagina web?



Els horaris i les vendes

El 2012 el 74,7% dels establiments comercials obren de dilluns a dissabte i el 14,2% tots els dies de la setmana.

El 14,8% dels comerços treballen els diumenges; en el cas dels comerços de titularitat no espanyola és el 43,7% i, específicament, els de procedència pakistanesa el 78,8%. El 50,2% ho fa només el matí i el 49,7%, tot el dia.

Assenyalar que els establiments de titularitat pakistanesa solen treballar els set dies de la setmana (78,2%), de forma continua (82,9%) i tanquen més tard de les 20 hores (95,6%).

El divendres (41,6%) i el dissabte (39,3%) són els dies de la setmana de més venda. Ara bé, cal prendre nota que en el cas de *les farmàcies, drogueries i perfumeries* el millor dia és dilluns i després divendres.

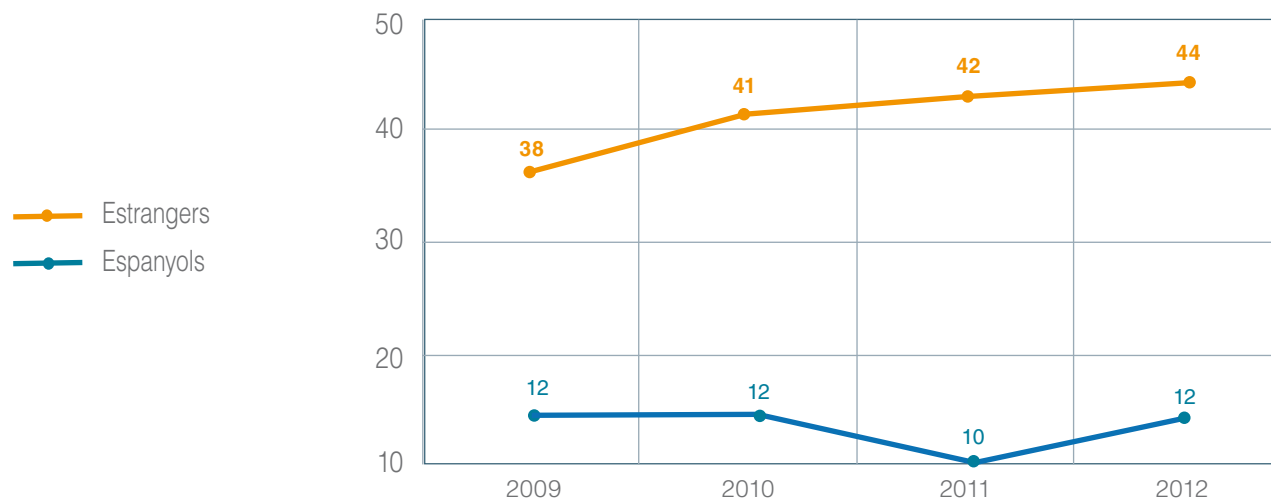
Sobre la intenció d'obrir diumenge

El 63,5% dels responsables de comerços estan molt disconformes en obrir el diumenge i el 9,3% poc d'acord. Només el 16,4% ho veu bé. Els establiments de titularitat no espanyola es mostren més partidaris d'obrir en diumenge (51,3% n'és favorable), sobretot els de titularitat pakistanesa (71,9%).

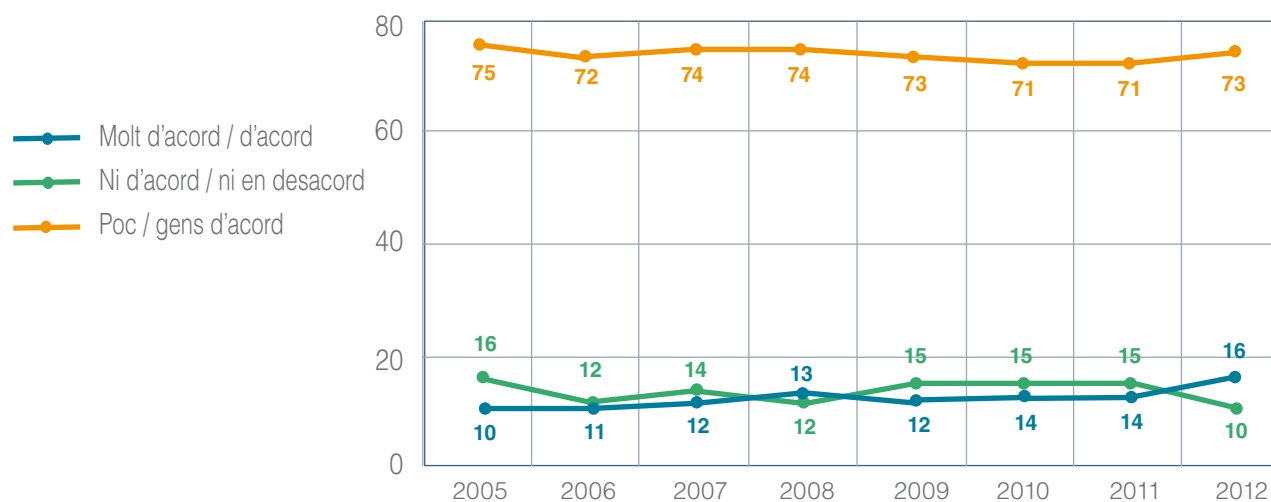
L'opinió més estesa és que s'hauria de prohibir obrir en diumenge (36,1%), però, a més, cal tenir en compte que el 30,0% està a favor de la lliure elecció i el 20,6% considera que l'obertura dels comerços els dies festius s'hauria de mantenir com actualment.

Des del 2009 els partidaris de prohibir obrir els festius tendeixen a disminuir, mentre que van augmentant els que estan a favor de la lliure elecció i els que opinen que s'hauria de seguir com ara.

Establiments que obren en diumenge per nacionalitat



En quina mesura vostè està d'acord, o no, amb l'obertura dels comerços en diumenge?



El personal

La mitjana general de persones que treballen en un establiment comercial (amb un màxim de 10 treballadors/es) és 2,3. Els establiments que pertanyen a un eix comercial tenen de mitjana més personal (2,4) que els que no hi pertanyen (2,1).

Pel que fa al tipus de personal, el 47,3% dels treballadors són empleats/des, el 31,0% propietaris/es del negoci i el 21,8% encarregats/des.

En el sector de comerç sempre han treballat més dones (60,0%) que homes (40,0%), però està més equilibrat quan es tracta de la propietat (50,3% de propietaris i 49,7% de propietàries).

La major part del personal té entre 25 i 54 anys (76,0%). El personal dels comerços de titularitat no espanyola acostuma a ser més jove, entre 25 i 44 anys (70,8%).

Pel que fa al nivell d'estudis, abunden els primaris i els secundaris (72,3%).

El 85,8% de les persones treballen a temps complet, sobretot els propietaris/es (93,8%) i els encarregats/des (89,4%).

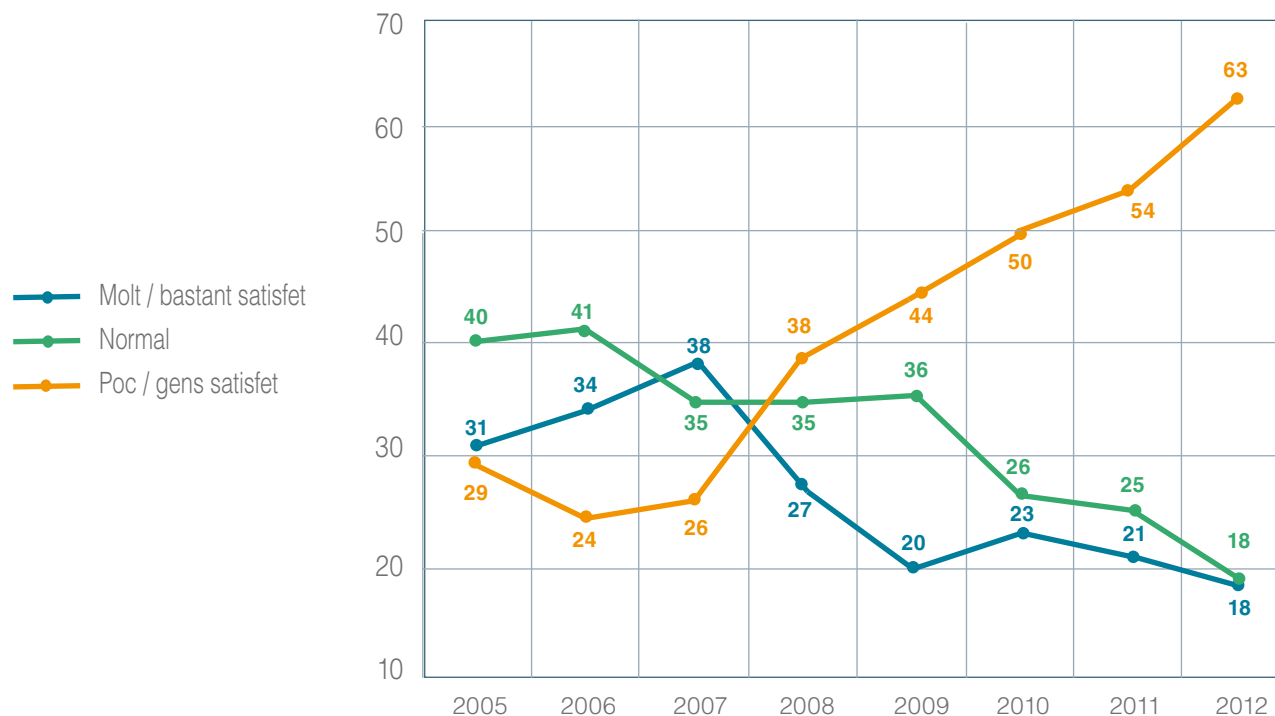
El 35,4% dels responsables entrevistats asseguren que el seu personal ha fet algun curs formatiu els dos darrers anys.

Respecte el català, els responsables entrevistats manifesten que gairebé la totalitat del personal l'entén (94,6%), la major part el parla (84,8%) i més de dos terços l'escriu (70,3%). En el cas dels establiments de titularitat estrangera, pel que fa als xinesos el 24,4% entén el català i el 9,0% el parla; en el cas dels pakistanesos el 44,3% l'entén i el 17,2% el parla.

La conjuntura

L'any 2012 la situació econòmica, política i social del país continua essent la màxima preocupació dels responsables dels comerços visitats. El 63,4% dels responsables dels comerços es mostra poc o gens satisfet de la marxa del seu negoci (el 2007 era el 26%).

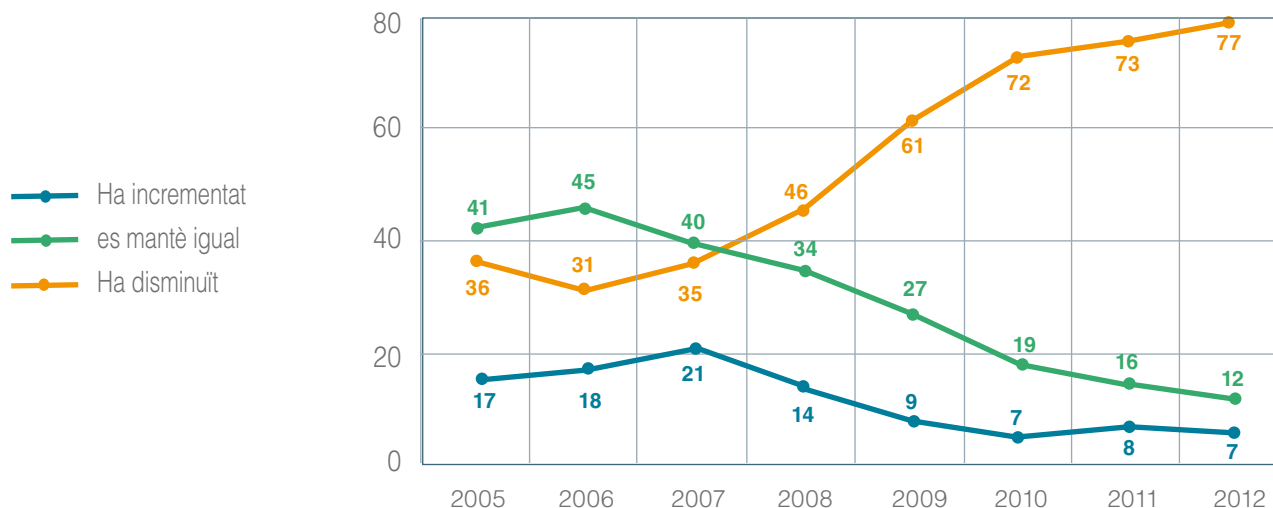
Quin grau de satisfacció té sobre la marxa del seu negoci?



Evolució del negoci els dos darrers anys

El 7,3% diu que el seu negoci s'ha incrementat en els dos darrers anys, l'11,6% creu que s'ha mantingut, i el 77,1% que ha disminuït. El que més diu que el seu negoci ha retrocedit és el sector d'*oci-cultura* (82,6%) i *farmàcia-drogueria -perfumeria* (81,5%) i els que menys *alimentació no mercats* (68,5%) i de titularitat estrangera (68,7%). La pèrdua s'avalua a l'entorn del 35,5%.

Com ha evolucionat el seu negoci en els dos darrers anys?



Factors influents en la marxa del negoci

Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més pot afavorir la bona marxa del seu negoci en el futur són la millora del poder adquisitiu (24,1%) i les millores econòmiques generals (22,0%).

De cara al desenvolupament de l'activitat comercial, la majoria dels entrevistats consideren perjudicials els següents factors: la situació econòmica (97,5%), les comissions bancàries (79,7%), les noves grans superfícies comercials (76,2%), la llibertat d'horaris (64,5%) i el tipus d'interès (60,3%). Altrament, el 67,0% té una opinió favorable vers la creació d'àrees de nova centralitat als barris.

Perspectives de negoci els dos propers anys

Preguntats sobre el volum del negoci en els propers dos anys, el 22,4% creu que augmentarà, el 35,7% que es mantindrà igual i el 32,9% que disminuirà.

Els que pensen que el seu comerç prosperarà, segueixen confiant en una millora econòmica i política (52,8% el 2012, 59,7% el 2011, 66,6% el 2010).

Evolució d'aspectes concrets els dos propers anys

Respecte al nombre d'empleats, la gran majoria dels entrevistats asseguren que el nombre d'empleats es mantindrà (82,6%), només el 5,1% preveu un augment i el 9,1% una disminució.

El 20,0% pensa que els preus de venda al públic augmentaran els propers dos anys; el 54,5% que es mantindran, i el 19,5% manifesta que baixaran.

Canvis realitzats i canvis programats

Els darrers dos anys han realitzat canvis el 56,3% dels comerços.

Els canvis més comuns són la decoració (37,6%), la modernització de les instal·lacions (37,2%), la reducció del nombre d'empleats (28,8%) i el canvi d'assortiment (27,7%). El 8,2% dels responsables diuen haver augmentat el personal.

El 30,9% dels establiments s'ha plantejat algun canvi per al proper any, principalment, modernitzar el local, renovar la decoració, activar o renovar la pàgina web i el canvi d'assortiment de productes.

El 16,3% pensa tancar el negoci.

5.3. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓ A BARCELONA

L'objectiu principal de l'enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat així com l'opinió i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector.

L'informe recull els resultats de les consultes realitzades l'any 2012 en 3 onades, en total 1.000 entrevistes: la primera onada es va fer del 20 d'abril al 4 de maig; la segona onada, del 20 de juny al 10 de juliol, i la tercera onada del 18 al 31 d'octubre de 2012.

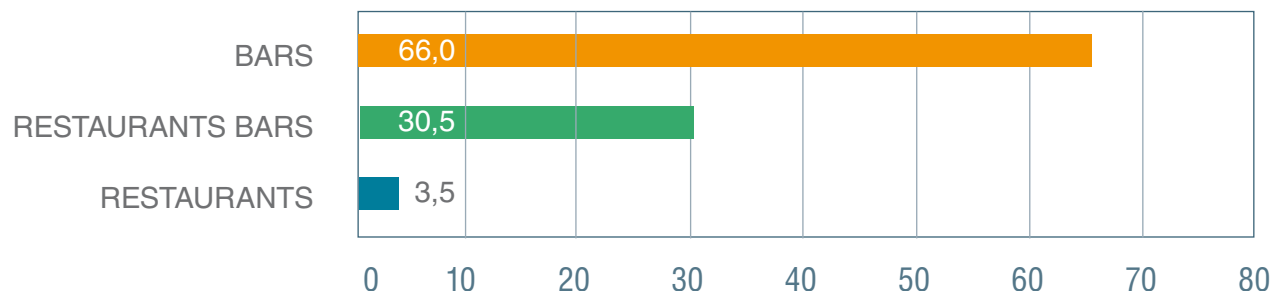
Les característiques dels establiments

L'antiguitat mitjana dels establiments és de 12 anys, cal anotar que el 26,6% dels establiments són dels últims tres anys.

El 82,7% dels negocis són societats civils particulars, el 13,7% societats limitades i el 1,3% societats anònimes.

La representació de franquícies continua sent baixa, només un 1,4%, es tracta sobretot de cafeteries de procedència catalana.

Tipus d'establiment

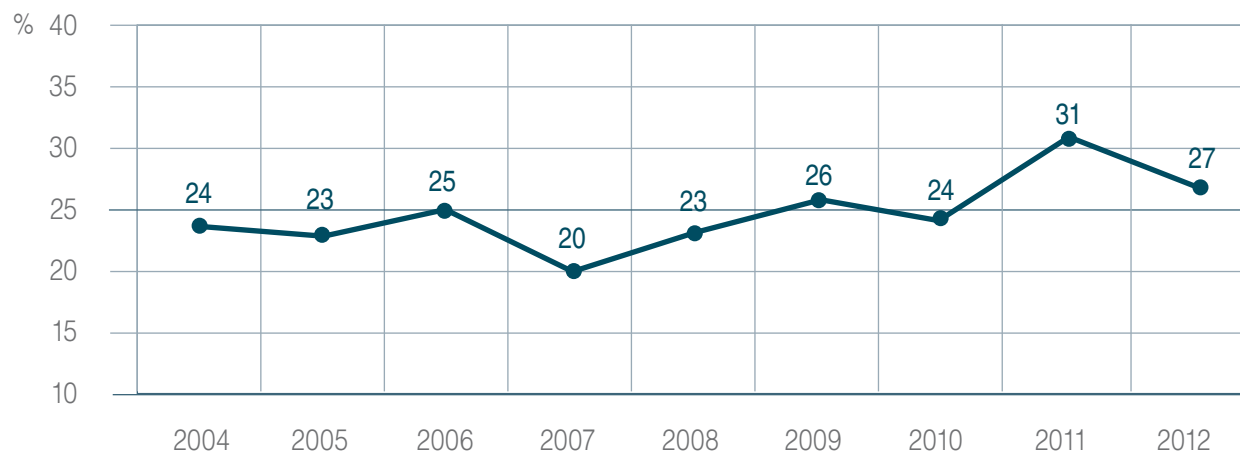


L'associacionisme

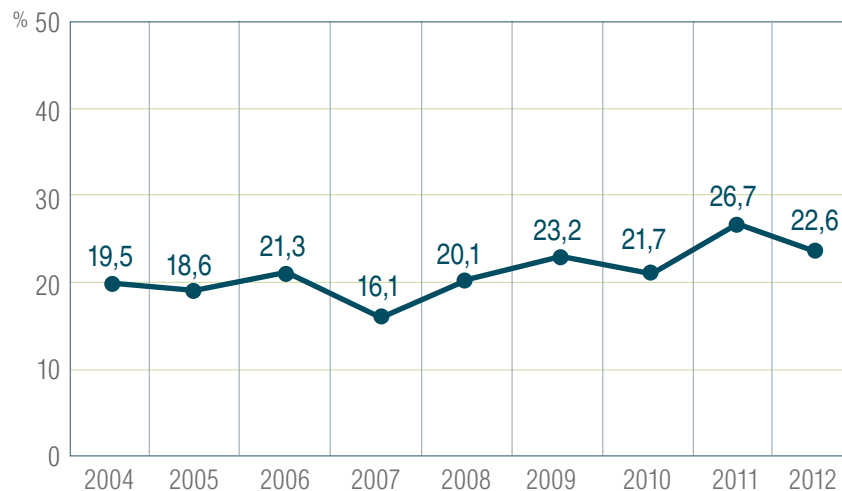
Un 26,7% dels establiments estan associats i la majoria pertany al Gremi de Restauració de Barcelona (65,2%) i entitats de comerciants del seu carrer o barri.

Els serveis que ofereixen les associacions sectorials són assessorament (26,2%), actes socials (17,6%), informació (15,0%), promocions i publicitat (12,4%), formació (13,1%) i decoració Nadal (4,5%).

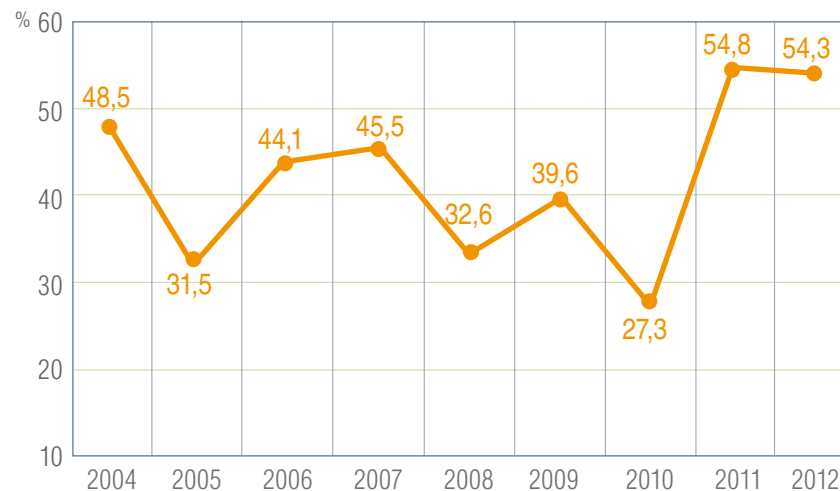
Pertinença a associacions o entitats



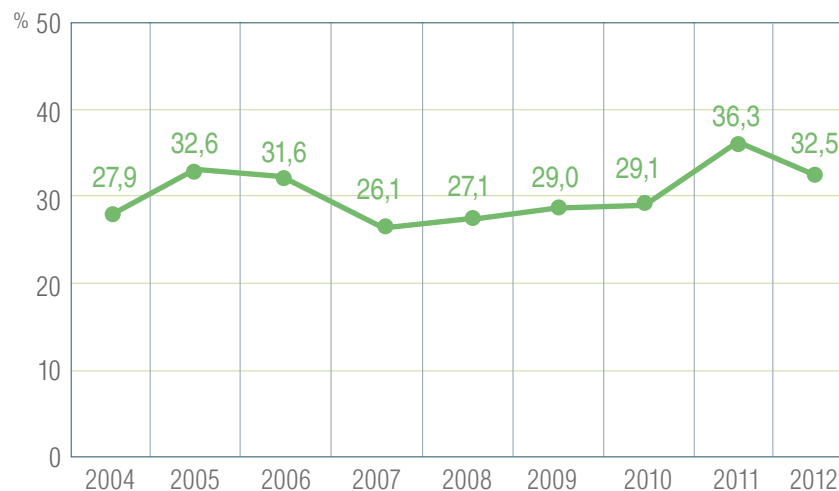
Bars associats



Restaurants associats



Restaurants bars associats



El local

La superfície mitjana de la sala dels establiments de restauració és de 60,6 m², en el cas dels restaurants la mitjana és de 105 m², els restaurants -bars és de 78 m² i en el cas dels bars, 50 m².

El 48,8% dels establiments té terrassa amb una superfície mitjana de 8,9 m².

El lloguer és el règim de tinença de local predominant (85,2%). I els locals de propietat són el 13,1%.

Volum d'activitat i horaris

Els mesos de juny (16,2%), juliol (30,3%), agost (19,9%) i desembre (15,0%) són els de més feina al sector de la restauració. I els mesos de febrer (37,6%) i gener (29,9%) els de menys activitat.

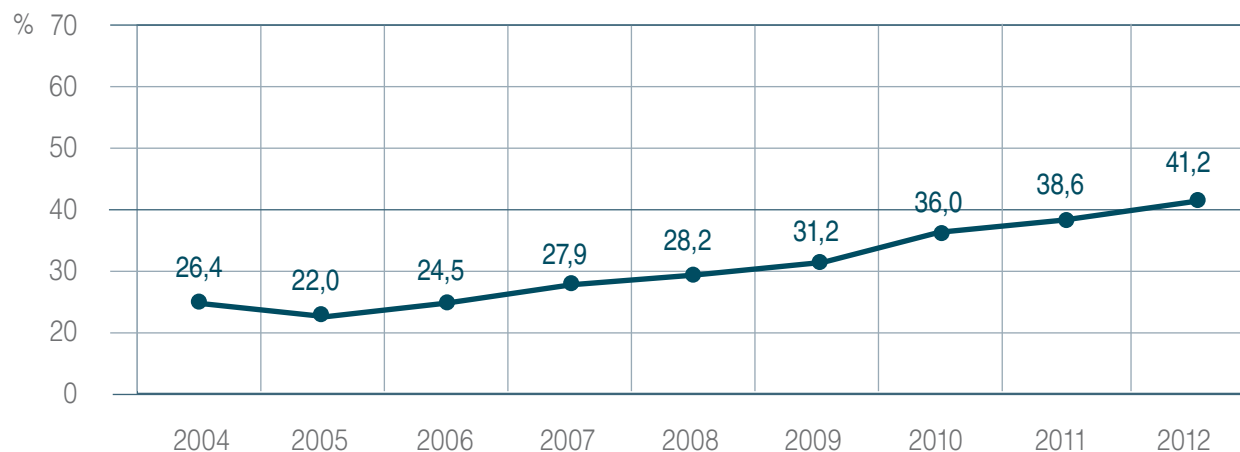
La mitjana d'obertura és de 6,4 dies a la setmana, gairebé tots els establiments treballen de dimarts a divendres.

L'últim any han augmentat els establiments oberts els 7 dies de la setmana, arribant al 46,0%.

Els serveis

El 41,2% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar en targeta. En el cas de restaurants arriba a un 80% i en el cas dels bars a un 24,7%.

El seu establiment disposa de pagament mitjanant targetes?



Evolució dels preus

Respecte a l'evolució dels preus de diferents productes hi ha un encariment evolutiu. El preu d'un cafè o altres begudes, com la cervesa i els refrescs s'incrementa any rere any, de manera gradual en el període 2004-2012.

Taula d'evolució de preus (Mitjana)

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Un cafè | 0,84 € | 0,88 € | 0,94 € | 0,99 € | 1,00 € | 1,05 € | 1,07 € | 1,08 € | 1,09 € |
| Una cervesa | 1,27 € | 1,28 € | 1,38 € | 1,44 € | 1,50 € | 1,58 € | 1,60 € | 1,63 € | 1,63 € |
| Un refresc | 1,26 € | 1,29 € | 1,36 € | 1,44 € | 1,50 € | 1,55 € | 1,59 € | 1,62 € | 1,63 € |
| Un menú, en cas de tenir-ne | 8,34 € | 8,06 € | 8,95 € | 8,86 € | 9,50 € | 9,44 € | 9,45 € | 9,37 € | 9,65 € |

Vals restaurant

El 23,3% dels establiments disposa de xecs-restaurant, sobretot bars-restaurant (48,5%). Els més comuns són Ticket-Restaurant (94,0%), Cheque-Gourmet (68,7%) i Sodexho (59,7%).

AGEDI, SGAE

El 28,8% dels establiments paguen una comissió en concepte de drets d'autor, l'any 2010 era el 30,7%

El personal

Continua la tendència a la baixa en la mitjana general de nombre de persones que treballen al sector de restauració, l'any 2012 és de 3,1 persones.

Perfil dels treballadors del sector: el 47,7% són treballadors, el 37,3% propietaris de l'establiment i el 15,0% encarregats.

Treballen més homes (59,8%) que dones (40,2%), entre 25 i 44 anys (54,8%) i respecte el nivell d'estudis, un 35,5% té formació primària, el 34,4% secundària i el 8,2% secundària professional i el 12,7% universitaris.

Respecte a la formació, el 33,2% ha fet algun curs de formació durant els últims dos anys.

El 63,7% del personal és de nacionalitat espanyola, el 4,1% europea i el 32,3% d'altres nacionalitats.

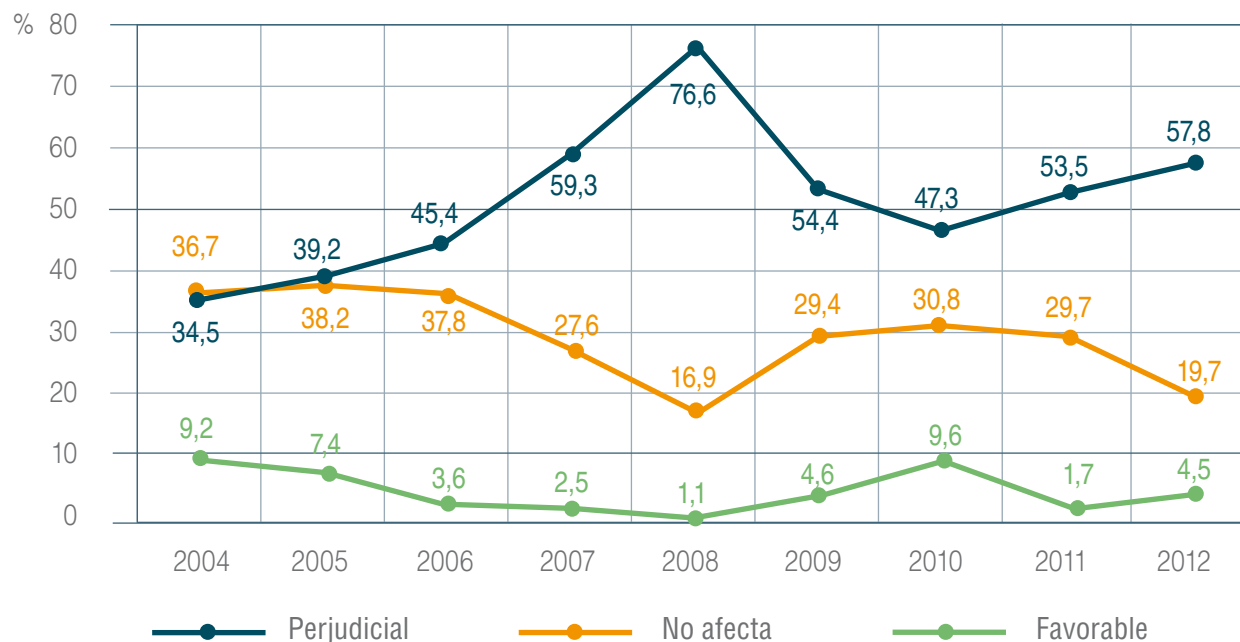
La conjuntura

El 2012, el 13,7% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets sobre la marxa del seu negoci, la nota de satisfacció obtinguda seria 2,2.

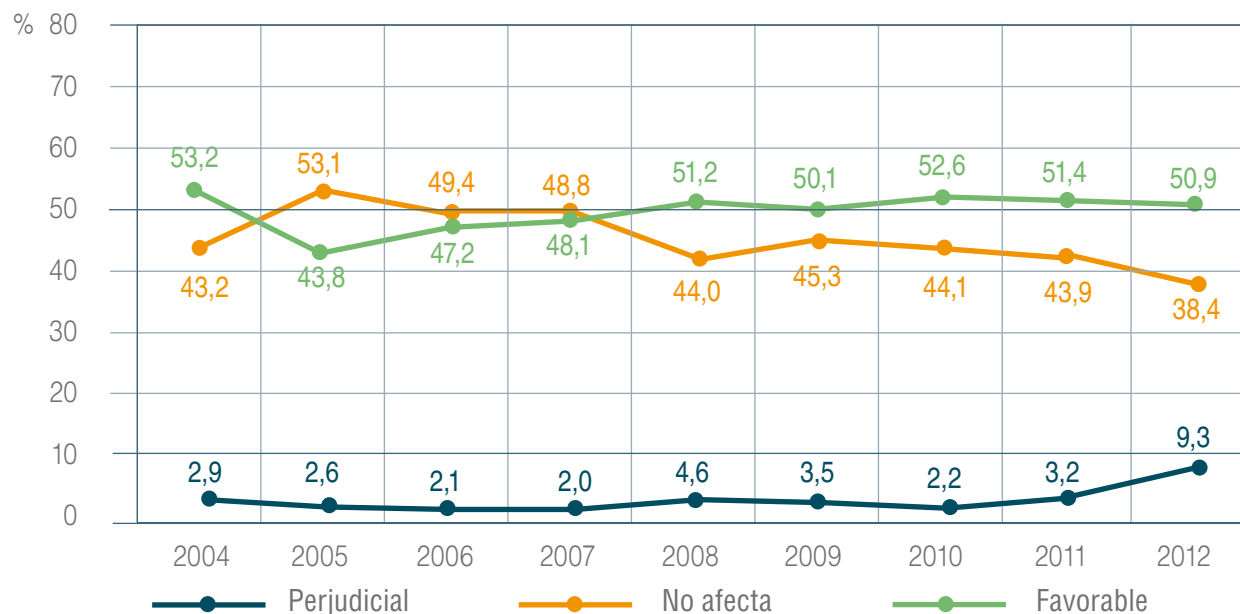
Factors influents en el negoci

Gairebé tots els responsables opinen que la situació econòmica general perjudica a tot el sector (93,5%) i que el tipus d'interès es converteix en una altra dificultat afegida (57,8%). Per altra banda, aspectes que ajudarien a remuntar el negoci són: el turisme (50,9%) i la creació noves àrees d'oci (45,4%)

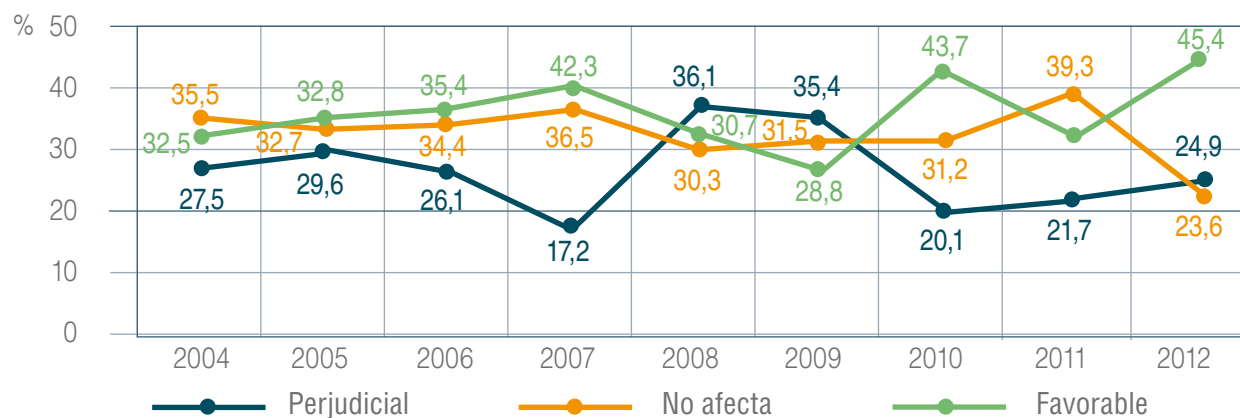
Com afecta al seu negoci l'evolució dels tipus d'interés?



Com afecta al seu negoci l'evolució del turisme?



Com afectaria al seu negoci la creació de noves àrees d'oci?



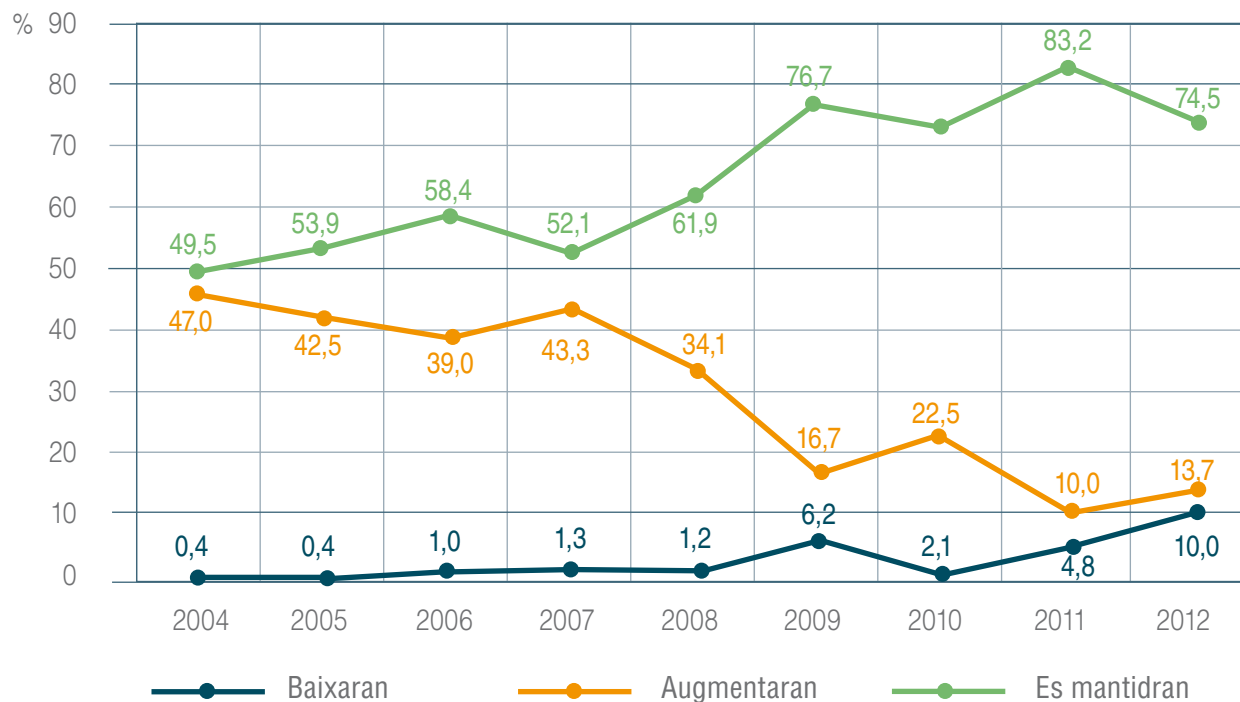
Evolució del negoci en el futur

El 30,8% opina que es mantindrà igual, el 35,3% que serà de signe negatiu i el 20,7% de signe positiu.

Respecte a les previsions de la plantilla de personal són de manteniment, un 80,0%, una disminució el 10,0% i un augment del 7,0%.

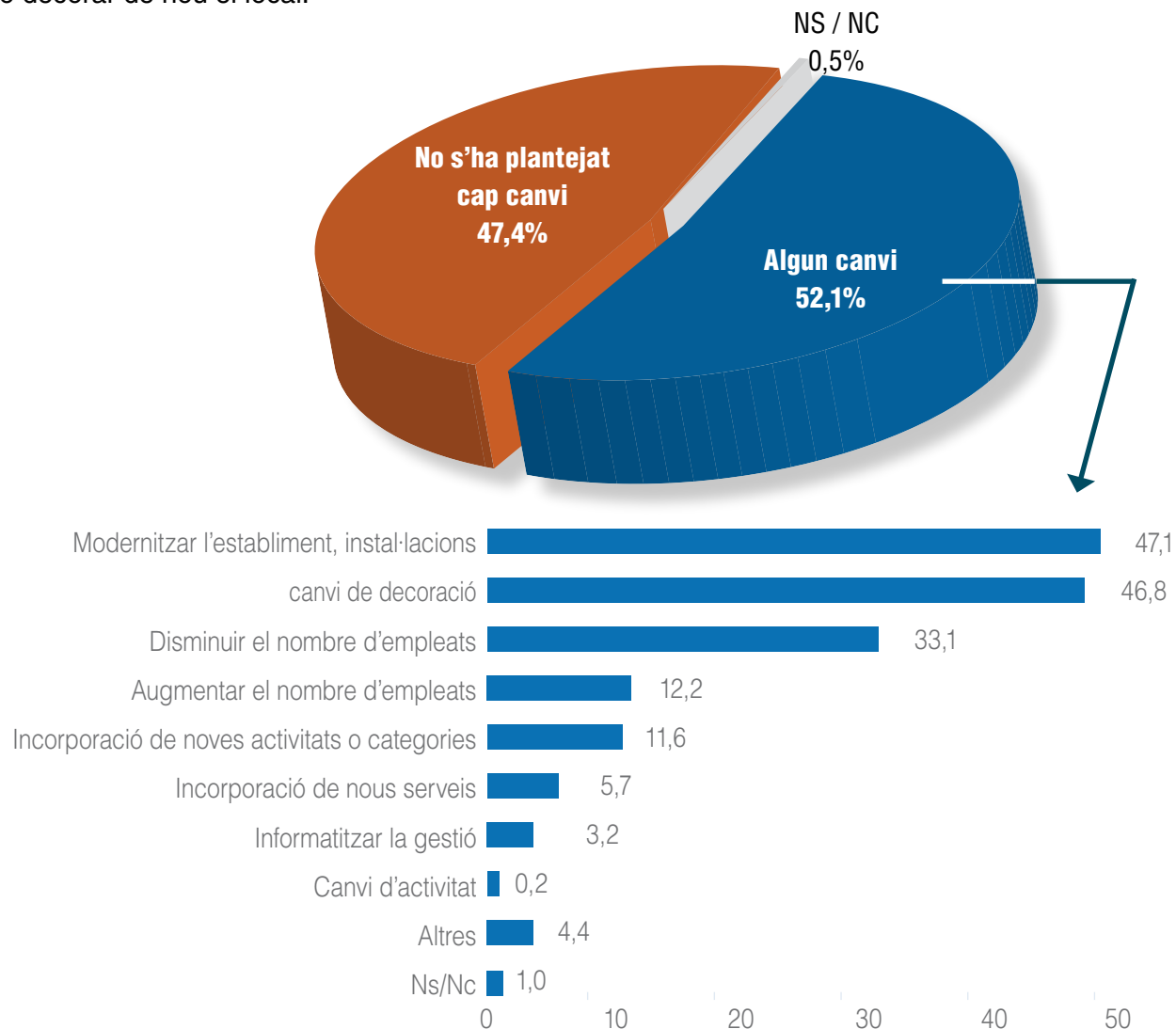
Continua l'opinió d'un manteniment dels preu, un 74,6%, el 13,7% apunta cap a un augment i un 10,0% cap a una reducció.

Com creu que evolucionaran els preus en un futur immediat?



Canvis en el negoci

El 52,1% dels responsables han realitzat algun canvi en els darrers dos anys com ara modernitzar o decorar de nou el local.



5.4. ALTRES ESTUDIS

Estudis

L'any 2012 es va presentar l'Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona, elaborat per l'Ajuntament de Barcelona.

Aquest estudi revela que, segons els consumidors, la proximitat és el principal actiu dins l'estructura comercial de la ciutat.

L'informe també constata una tendència progressiva a localitzar les compres al barri de residència, on actualment es concentra més del 90% de l'adquisició dels productes d'alimentació, drogueria i farmàcia.



Creix el nombre de botigues especialitzades en fruita i verdura, que representen ja el 47,2 % de la quota de mercat, mentre que els supermercats de proximitat es dupliquen entre 1986 i 2011 i suposen el 83% de les vendes de begudes i alimentació no fresca.

L'estudi també detecta un retorn al centre i als eixos comercials de districte en detriment de les perifèries urbanes. Aquestes dues zones obtenen la nota més alta en la valoració dels usuaris (7,9).

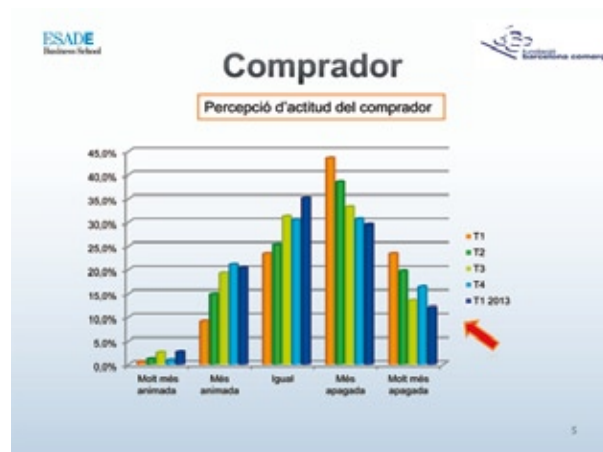
<http://comerc.bcn.cat/ca/documentacio/estudis>

Indicador Comerç de Barcelona (ICOB)

L'Indicador Comerç Barcelona (IcoB) de la Fundació Barcelona Comerç, el realitza un equip de professors i investigadors de l'Escola de negocis ESADE, format pel catedràtic del Departament de Marketing Josep Francesc Valls, el professor del Departament de Mètodes Quantitatius Joan Sureda, i l'investigador de ESADE Antoni Parera. L'estudi es desenvolupa en el territori dels 16 eixos comercials de la ciutat que amb més de 10.000 establiments associats aporten dades reals del comerç de la ciutat. <http://comerç.bcn.cat/ca/documentacio/enquestes/indicadors-comer%C3%A7-barcelona>

S'analitzen els següents aspectes:

- Valoració per part del comerciant de l'actitud, els hàbits i el comportament dels compradors.
- Anàlisi de la pressió exercida pels proveïdors i competidors.
- Evolució de les vendes, dels costos i de la plantilla
- Mapa de posicionament sobre la satisfacció dels comerciants respecte d'un conjunt de serveis.
- Predicció per part dels comerciants sobre diferents aspectes respecte del pròxim trimestre



6. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

6.1. PREMI “BARCELONA, LA MILLOR BOTIGA DEL MÓN”

L'any 2012 s'ha celebrat el 15è aniversari del premi “Barcelona, la millor botiga del món”, un premi que vol reconèixer i valorar l'esforç que dia a dia du a terme el col·lectiu de persones que integren el sector comercial i que contribueixen a fer de Barcelona una ciutat moderna i dinàmica, una ciutat de compres amb una oferta àmplia, competitiva i de qualitat.

Aquests premis són el reconeixement als comerciants que fan front als moments d'incertesa econòmica i lluiten per renovar-se amb enginy, impulsant iniciatives col·lectives amb empena i optimisme, rehabilitant establiments històrics, i projectant tan aquí com internacionalment els valors de Barcelona per estimular l'economia d'aquesta ciutat.



El jurat vol rendir reconeixement, no només als premiats, si no també a la resta de candidatures i al conjunt del sector. Innovar, mantenir alts els nivells d'autoexigència i transmetre voluntat de futur són eines imprescindibles per fer front a la melangia que la incertesa econòmica pot comportar.

Els premiats d'aquesta edició han estat:

Premi a “la millor iniciativa empresarial comercial de l’any”

El Jurat ha atorgat el premi a Fàbrica de cerveses Moritz Barcelona



L’empresa elaboradora de la cervesa Moritz ha realitzat una acurada remodelació de la seva antiga fàbrica de la Ronda de Sant Antoni, per a convertir-la en un gran espai multiusos on s’uneixen lleure, gastronomia i cultura.

A l’edifici emblemàtic i ple de història s’hi afegeix un producte singular i un espai viu, visitat per un públic transversal que consumeix cervesa fabricada in situ i pot adquirir articles de merchandising a la pròpia botiga.

L’espai Moritz s’ha integrat amb naturalitat a “Sant Antoni Centre Comercial” i constitueix un element important de dinamització d’aquest entorn comercial.

El Jurat també ha atorgat un diploma en aquest apartat, en reconeixement a la iniciativa empresarial a Cultruta.com.

Empresa dedicada a la promoció de rutes culturals a la xarxa, amb més de 4 anys d’experiència, s’ha reinventat a si mateixa obrint un local a peu de carrer, al carrer Estruc, per poder tenir un contacte directe i de proximitat amb els seus clients i crear un espai d’informació i coneixement.



Premi a la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat

El Jurat l'ha atorgat a Amics del Passeig de Gràcia com associació promotora de The shopping night Barcelona 2011.

La nit de compres a Barcelona és una exclusiva festa de compres, en la que els establiments de Passeig de Gràcia i rodalies van obrir les seves portes de forma extraordinària a partir de les 8 del vespre l'últim dimecres de novembre, com a forma de potenciar les seves vendes en el camí cap a la campanya de Nadal.

La iniciativa ha comptat amb el suport empresarial de més de 90 establiments que han apostat per aquesta festa promocional.

La Barcelona shopping night segueix els esdeveniments de ciutats comercials de primer ordre com poden ser Nueva York, Tokio, Londres, París o Milà. Altres localitats de Catalunya han seguit ja aquest exemple com a forma lúdica i festiva de connectar amb la seva clientela.



Premi a la tasca de contribució a la promoció i coneixement del comerç de la ciutat

El Jurat l'atorga en reconeixement a la trajectòria personal a Silvestre Sánchez Sierra.

Silvestre Sánchez és l'exemple de la Barcelona emprenedora i integradora. Arribat a Barcelona, a finals dels anys 60 compagina diferents oficis i professions, des d'una experiència traumàtica en la policia nacional de l'època i dependent de comerç i d'assegurances, fa de la seva Salamanca natal el fil conductor d'un veritable conglomerat empresarial.

De la restauració a la sabateria i sobretot convertint-se amb un vertader ambaixador dels pernills de la seva Salamanca, i mantenint sempre una actitud oberta i col·laboradora amb els entorns comercials dels seus diferents negocis.

Tot i els moments actuals d'incertesa econòmica, les empreses de Silvestre Sánchez donen feina a més de 450 treballadors, exemple de la seva tenacitat i flexibilitat per adaptar-se a les actuals circumstàncies.



Premi especial a la tasca de contribució a la promoció i coneixement del comerç de la ciutat

El Jurat atorga aquest premi especial a títol pòstum, en reconeixement a la trajectòria de Jesús Farga i Muntó.

Jesús Farga va obrir l'any 1957 el seu primer establiment a Barcelona, al carrer Gran de Gràcia. A partir d'aquesta primera botiga va estendre la seva xarxa d'establiments arreu de Barcelona, evolucionant des de les seves pastisseries (com a cor de negoci) fins a crear una marca pròpia de gelateria: Farggi.

Farggi va projectar la seva xarxa, nascuda a Barcelona, a Espanya, Europa i a l'Orient Mitjà, creant un producte nou i competidor amb les primeres marques globals.

La responsabilitat social de Jesús Farga el va portar el 2008 ha assumir la fàbrica Frigo, fins aquell moment en mans d'una multinacional, i donar continuïtat a prop de 100 llocs de treball. Aquests s'afegiran als 650 treballadors dels establiments de Farggi arreu.



Premi l'establiment comercial



El premi a l'establiment comercial permet reconèixer la singularitat de determinats establiments com és el cas, a judici del Jurat de Xarcuteries Bosch.

Ens trobem davant de la cinquena generació d'una mateixa família de cansaladers presents en diferents espais i formats. S'ha valorat especialment la seva botiga del carrer Mallorca en ple eix del Clot, que ells mateixos anomenen la “petita d'una família més que centenària”.

La iniciativa empresarial de la família ha fet de la orientació al client, la filosofia de la casa.

Aquesta orientació al client suposa que interpretin els canvis econòmics, socials, laborals de la seva clientela, el que els porta a reinventar constantment el seu negoci per tal d'adaptar-se a aquest món canviant.

El Jurat ha atorgat en aquest apartat un Diploma de reconeixement a l'establiment Koe-tania Barcelona.

L'establiment és una evolució de l'establiment de joieria cap a un espai d'exposició de creadors i un taller obert al públic, que invita a la clientela a participar en la creació de les seves pròpies joies.



Menció especial del Jurat

El Jurat dels premis “Barcelona, la millor botiga del món”, conscients que molts establiments de la ciutat han de conviure en temps especialment difícils per la situació econòmica amb processos llargs d'obres públiques de millora de la ciutat, ha volgut reconèixer amb una menció especial a aquells comerciants que han afrontat amb iniciatives innovadores les dificultats derivades d'aquests entorns comercials amb llargues obres que en definitiva redundaran en benefici del conjunt de la ciutadania.

Els comerciants de la Sagrera, la Plaça Gal·la Placidia, els entorns del mercat de Sants, la Plaça Joaquim Folguera, la Plaça Maragall i de tants altres indrets de la ciutat son exemple de com cal fer front a aquests inconvenients.

En aquest sentit, es vol reconèixer a tots els comerciants en l'establiment de la Patisserie Bareche, situada al carrer Sant Antoni Maria Claret quan es troba amb la Meridiana on conflueixen les obres de l'intercanviador de la Sagrera i les línies 9 i 10 de metro.



La Patisserie Bareche ha respost als inconvenients de l'entorn amb iniciatives constants de nous productes amb una constant preocupació pels temes de la salut.

Premi “Barcelona, els millors mercats del món”

S'atorga el premi Associació de Comerciants del Mercat del Carmel, el president de la qual és el Sr. Frederic Olivella.

El Jurat ha valorat la iniciativa d'una campanya de dinamització comercial, per fer front al context general de crisi cercant nous clients i fidelitzant els existents, mitjançant un sistema de descompte del 10% en tots els establiments. Aquesta acció va arribar a 25.000 famílies, de l'àrea delimitada entre els carrers Rambla del Carmel, Dante Alighieri, Nostra Senyora del Coll, Doctor Bové, Font d'en Fargas i Pedrell).

S'atorga una menció especial a Peixos Ripoll Etera, del Mercat de la Boqueria. Una empresa familiar que compta amb la cinquena generació de peixaters, que s'han anat adaptant a les circumstàncies del moment per dinamitzar la compra de producte fresc al mercat. Peix al Cove és una pàgina web que, sota el domini de peix.cat, ofereix el mateix producte que serveixen a les parades del

Mercat de la Boqueria, garantint en tot moment la qualitat i la frescor. És un projecte pensat per tots aquells clients que no disposen de temps o que no tenen el costum d'anar a fer la compra als mercats de la ciutat, podent el client escollir entre la modalitat de compra puntual o bé la subscripció a la cistella.



6.2. LA CAMPANYA DE PROMOCIÓ DEL COMERÇ

Les campanyes específiques continuen essent una aportació positiva al sector comercial, una eina que contribueix a potenciar el comerç de proximitat i que aconsegueix arribar a tots els barris de la ciutat.

Per una banda, s'ha mantingut la promoció general per afavorir i transmetre optimisme als comerciants i consumidors mitjançant les campanyes publicitàries: ràdio i anuncis em premsa i revistes especialitzades (Temps de viure i Cap Catalogne), insercions a les revistes de l'APPEC i monogràfic. Campanyes amb diferents productes de distribució a associacions i eixos comercials: 400.000 entrades al parc zoològic i 600.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi.

Per altra banda, es continua potenciant l'actual campanya de Nadal per donar confiança i incentivar el consum. Es potencia el model d'eixos comercials, donant suport a l'associacionisme amb actuacions col·lectives. I es col·labora amb els diferents gremis que posin en marxa campanyes de promoció.

Finalment, es promou el model de comerç de Barcelona per consolidar-la com la principal ciutat turística i de compres d'Europa i de l'eix del Mediterrani.

6.3. EL COMERÇ I LES ESCOLES. CURS 2011-2012

El programa es va iniciar el curs 2006-07 amb l'objectiu d'afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable.

De tots és sabut que el comerç és un motor integrador de persones, d'incorporació de noves idees, nous valors culturals, creant vincles de comunicació entre ciutadans.

La proposta s'adreça als centres educatius d'infantil, primària i secundària, de Barcelona, que volen aprofitar les oportunitats pedagògiques que ofereix el fet de repensar el comerç i el consum a la nostra ciutat.

El programa els ofereix l'oportunitat de:

- Redescobrir la ciutat i conèixer les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valorar la diversitat dels comerços del seu entorn i els productes i serveis que aquests ofereixen.
- Elaborar criteris per a consumir de manera activa, crítica i responsable.

El nombre de centres participants en el programa ha estat de 57 amb un total de 4.558 alumnes, dels quals, alguns han participat en les tres propostes pedagògiques i d'altres en una o dues.

Participació en activitats

| | Escoles | Alumnes |
|---------------------------|---------|---------|
| Visites a botigues | 46 | 3.629 |
| Punts de llibre | 33 | 2.874 |
| Llibre d'artista | 10 | 565 |
| Total (sense repeticions) | 57 | 4.558 |

Participació curs 2012-2013 (núm. alumnes)

| Districte | Núm. alumnes |
|----------------------|--------------|
| Ciutat Vella | 629 |
| Eixample | 156 |
| Sants- Montjuic | 1.112 |
| Les Corts | 100 |
| Sarrià- Sant Gervasi | 355 |
| Gràcia | 0 |
| Horta – Guinardó | 426 |
| Nou Barris | 175 |
| Sant Andreu | 600 |
| Sant Martí | 940 |
| L'Hospitalet | 65 |
| TOTAL ALUMNES | 4.558 |

El programa ofereix als centres educatius un seguit de propostes didàctiques per a complementar la tasca docent des de qualsevol disciplina, permetent que les diferents àrees de coneixement que conviuen a l'escola vagin de la mà en l'educació dels infants i joves. Les activitats d'aquest curs han estat:

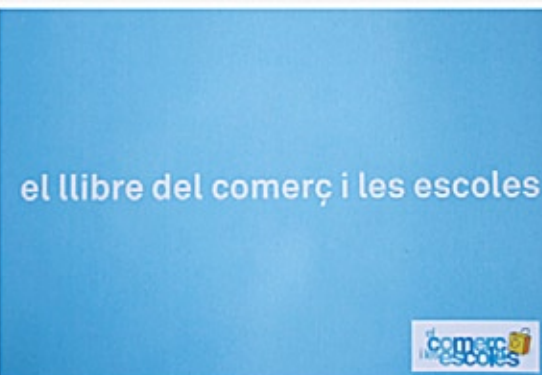
Punts de llibre

Aquesta proposta s'adreça a centres educatius d'educació infantil, primària i secundària obligatòria. La seva finalitat: mitjançant el llenguatge plàstic, els alumnes expliquen la visió que tenen del comerç de proximitat i de la societat que els envolta. Finalment, es dona a conèixer aquesta proposta a la ciutadania, en concret, la diada de sant Jordi es van distribuir 600.000 punts de llibre, amb dibuixos realitzats pels alumnes participants, a tots els comerços dels Eixos comercials de Barcelona.



Llibre d'artista

Aquesta proposta permet recollir i documentar les vivències sorgides de la relació del comerç i les escoles, entre el territori i ciutadania. S'adreça a centres educatius d'educació infantil, primària i secundària obligatòria. Amb el conjunt de dibuixos de les escoles participants en la proposta es crea el Llibre del Comerç de la ciutat de Barcelona.



Visites guiades a botigues

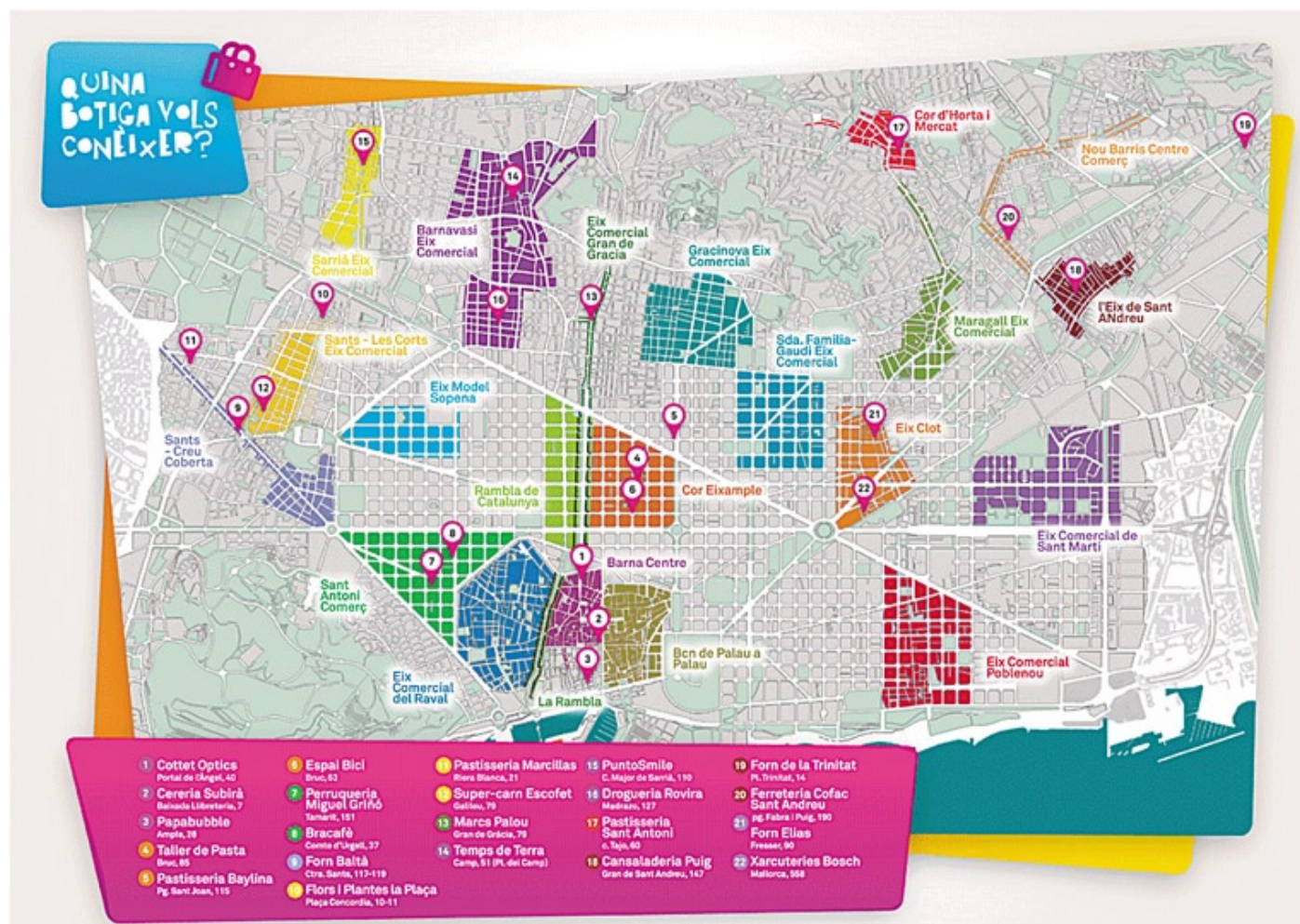


En la proposta educativa de les visites guiades a botigues arrelades de barri, els comerciants mostren el seu ofici mitjançant tallers pràctics, en els quals permeten als alumnes incorporar un context quotidià a l'aula que els facilitarà relacionar diferents coneixements per interpretar la realitat, aconseguint, d'aquesta manera, transmetre'ls una imatge integrada de món.

La col·laboració i el suport dels districtes i eixos comercials ha estat fonamental per aconseguir la participació de botigues a tots els districtes de la ciutat. Així com aconseguir oferir als centres educatius una bona proposta educativa i alhora promoure el comerç de barri.

Durant la visita es realitzen tallers per conèixer les activitats que es desenvolupen als magatzems i obradors. En aquest curs, les visites s'han realitzat durant els mesos de novembre 2012 i gener, febrer, març i abril 2013.



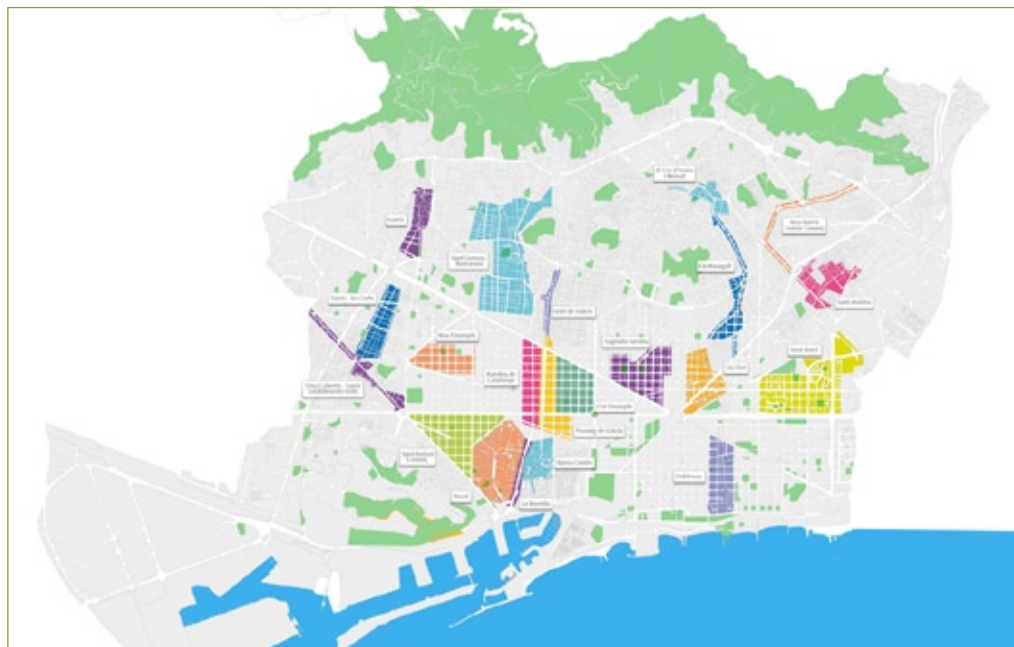


6.4. LA XARXA COMERCIAL DE BARCELONA

Actualment, hi ha 21 eixos comercials a Barcelona on hi trobem més de 10.000 comerços urbans, representant gairebé la tercera part dels existents a la ciutat, als que s'han d'afegir més de 12.000 establiments del sector dels serveis.

Els eixos es troben repartits per tot el territori de la ciutat, presents a tots els districtes i a una gran quantitat de barris:

Ahora una de les prioritats dels districtes municipals és la d'impulsar i donar suport al comerç de proximitat. La seva idea és generar llocs de treball, afavorir la cohesió social i donar vitalitat als carrers. Aquest repte es materialitza de forma personalitzada segons el tarannà de cada territori. A continuació s'identifiquen les actuacions de cada districte així com ens apropem a conèixer els seus projectes.



Districte de Ciutat Vella



Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials

Esdeveniments

- Fires i mostres
 - Actes comerç
 - Altres projectes
- Conveni per 2 anys amb la fira de sta. Llúcia
Comerç al carrer 4 cops l'any a cada barri
Comerç amic de la gent gran/ tasta el quadre

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

- Projecte ajut obres pl. de la Gardunya amb l'Eix del Raval i el Mercat de la Boqueria
- Projecte a Galeries Maldà d'obertura de "pop ups" pel Nadal
- Projecte "Of Massana"
- Projecte obertura locals buits

Impuls a la formació i la qualitat

- Persianes netes
- Impuls a la formació de joves amb risc d'inserció social amb la col·laboració de les associacions de comerciants

Accions de formació continuada dirigides al món del comerç

- Participació dels comerciants en els cursos de formació de Barcelona Activa
- Guia comercial Raval sud

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

- Concurs d'aparadors de Nadal
- Comerç amic de la gent gran
- Tasta el quadre
- Camí escolar, comerç amic
- Comerç i les escoles
- Guia QR del barri Gòtic



Districte de l'Eixample

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials

Esdeveniments

- Fires i mostres 11
- Actes comerç 19
- Altres projectes 3

- Fira Nadal Sagrada Família
- Fira Nadal Gran Via
- Fira Rams Rambla Catalunya
- Fira Rams Sagrada Família
- Fira Alimentació Av. Gaudí
- Fira Salut de Fort Pienc
- Fira Llibre Antic i Modern Pg de Gràcia
- Fira Pintors Sagrada Família

- Jornada temàtica Vine a menjar la vedella (Sant Antoni)
- Jornada temàtica Per Sant Jordi: "Regalar un llibre és regalar cultura, regalar una rosa és regalar vida"
- Jornada temàtica Recapte d'Aliments i Escudella Solidària (Sant Antoni)
- Campanya de promoció comercial Nova Esquerra Gran Eixample
- Campanya de promoció comercial Antiga Esquerra Nou Eixample
- Campanya de promoció comercial Sagrada Família (6) Dos cada any en tres localitzacions diferents

- Passarel·la Dreta Cor Eixample
- Passarel·la Sant Antoni
- Passarel·la Sagrada Família
- Mostra de comerç Sant Jordi (Fort Pienc)
- Mostra de comerç Forastocks (Cor Eixample)
- Mostra de comerç Fira Modernista (Cor Eixample)

- Col·laboració festa barri Sagrada Família
- Col·laboració festa barri Esquerra
- Col·laboració festa barri FM Dreta
- Col·laboració festa barri Fort Pienc
- Col·laboració festa barri Sant Antoni

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

- Hi ha hagut ajuts per obres de llarga durada a la zona del Mercat de Sant Antoni, a la zona del Mercat del Ninot i també a la zona de les obres del TGV del barri de Sagrada Família
- Celebració del centenari del Colmado Quilez

Impuls a la formació i la qualitat

- Formació sobre els procediments per a la sol·licitud de les subvencions
- Formació sobre les característiques del comerç asiàtic

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

- Projecte Xarxa Eixample: Creació d'un grup de treball de les associacions comercials per impulsar projectes comuns.
- Projecte de l'any Associa't. Elaboració conjunta de materials per promoure l'Associacionisme comercial.
- Projecte Xeix, promoció de l'associacionisme dels comerços regentats per persones de la comunitat asiàtica, especialment xineses. Incorporació a l'Associació Comercial Eix Fort Pienc



Sants-Montjuïc

Districte de Sants-Montjuïc

Promoció interior

Accions de promoció comercials, mostres i fires de comerç que es complementen amb activitats pròpies i amb coordinació amb d'altres entitats del barri.

Mostres

- Mostra de Comerç al carrer, Creu Coberta i Sants Establiments Units
- Mostres de Comerç Eix Comercials Sants/les Corts
- Mostra de Benestar i Salut, Associació de Comerciants del Poble Sec-Paral·lel, dins del conjunt d'activitats del projecte FEM Paral·lel
- Mostra de comerç a la Marina, Associació de Comerciants de la Marina coincidint amb les activitats de la Festa major del barri
- Mostra de Comerç a la Gran Via, Associació Comerciants Creu Coberta
- Mostra d'Artesans i Comerciants del Poble Sec-Paral·lel

Fires

- Fira de Sant Ponç, a la plaça Bella Dorita, treball transversal amb la Coordinadora d'Entitats del Poble Sec
- Fira Romana, Eix Comercial Creu Coberta, amb la realització de tallers d'oficis, artesanals, i d'altres activitats culturals amb la col·laboració de la Fundació Joan Pelegrí i Barcino Oriens
- Fira de la Cirera, en col·laboració amb l'Associació d'Amics de la Pagesia: Juny
- Fira de l'estiu, Eix Comercial Sants Establiments Units, coincidint amb la realització del Fira Entitats al barri de Sants.
- Fira Medieval, Eix Comercial Creu Coberta coincidint el primer cap de setmana de la Festa Major d'Hostafrancs, amb activitats culturals i actes d'animació relacionats amb l'època
- Fira de Tardor/Fira Catalana, Eix Comercial Sants Establiments Units.

Mercats periòdics

- Artesans de l'embotit, fira de productes alimentaris, mercat periòdic cada primer dissabte de mes al carrer Blai, barri Poble Sec
- Alimentació artesanal, fira de productes alimentaris, mercat periòdic cada tercer dissabte de mes a la plaça dels Ocellets, barri Poble Sec
- Mercat de la Zona Franca, mercat periòdic cada diumenge de mes al barri de la Marina de Prat Vermell.
- Fira de Nadal i Fira d'Artesans, Associació d'Artesans de Sants. Des de començaments de desembre i fins el dia 24 al carrer Joan Güell/plaça de Sants s'hi pot trobar tot de productes, ornaments, verd i altres productes d'artesanía, amb altres activitats pels infants, com el caga tió, pessebres, ...

Millora de la integració de l'espai urbà i el comerç

Per tal que el model comercial de Sants-Montjuïc sigui vertebrador d'un teixit urbà que faciliti la cohesió social i afavoreixi el comerç de proximitat a cada un dels nostres barris, dins el Pla d'Actuació del Districte s'han establert les següents actuacions:

- Dissenyar un Pla de Mobilitat als entorns de les zones d'influència dels eixos comercials.
- Promoure un urbanisme que potenciï el comerç intern dels barris.
- Revitalització de zones "castigades" amb obres de llarga durada.
- Millora de la neteja i del manteniment de l'espai públic.
- Pla director d'il·luminació, amb prioritat de les zones comercials de tots els barris.
- Millorar la senyalització dels eixos comercials i de les zones turístiques. Més visualització.
- Aprovació de la nova normativa terrasses i vetlladors. Vetllar pel seu compliment i aplicació.
- Desenvolupament d'aquesta normativa en zones "especials" del districte, per aconseguir una convivència entre restauradors, clients i veïns
- Incrementar les accions de seguretat i civisme, policia de proximitat, policia comunitària.
- Fer accions de difusió i informació de la normativa vigent en relació a l'obertura de nous negocis, permisos i llicències, quin és el model català de comerç i fer un acompanyament durant tot el procés. Com accions més concretes es parla de la possibilitat de fer algunes xerrades, taules rodones i alguns assessoraments a nivell informàtic

Programa persianes netes

- La campanya té per objecte la neteja de les persianes dels comerços i establiments i la seva posterior pintura. L'Ajuntament pren la iniciativa i dedica una part del seu pressupost a aquesta neteja inicial i es busca el compromís dels comerciants i propietaris al manteniment posterior d'aquests elements.
- Aquest programa es proposa a l'Eix Comercial Creu Coberta i a l'Eix Comercial Sants Establiments Units. I s'han adherit 98 comerços.
- Impuls a la formació i la qualitat. Accions

Programa oberts al futur

- El global de càpsules formatives dirigides a comerciants han estat, durant el 2013, de 25, impartides a dos equipaments del Districte: a la pròpia Seu del Districte i al Centre Cívic Cotxeres de Sants.
- Foment de les entitats associatives en el món del comerç

Òrgans i espais de participació

- Consell d'Economia, Empresa i Ocupació: tres a l'any
- Consells de Barri i Comissions de Seguiment
- PAM i PAD
- Pla de Comerç
- Pla de Turisme
- TICs i Xarxes Socials



Districte de les Corts

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials.

El districte disposa d'una Mesura de Govern, de setembre 2012 "El donem la mà" Pla d'actuació per a conèixer la situació actual del comerç i desenvolupar estratègies "ad hoc" al Districte de les Corts.

El districte disposa d'un Pla de Turisme per tal generar sinèrgies amb el comerç de proximitat, a partir del document marc "Pla de turisme del Districte de les Corts", elaborat per la Direcció de Promoció Territorial i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona.

Promoció interior Mostres de comerç al carrer

- 3 mostres de comerç a l'Eix comercial Sants-Les Corts
 - Mirall de Pedralbes
- (Les mostres es complementen amb activitats i promocions del comerç)

Fires

- Fira de Sant Jordi a Diagonal. El 23 d'abril s'invita als comerciants (floristeries i llibreteries) a participar a la Fira de Sant Jordi que té lloc a la Diagonal entre Gran Via Carles III i el carrer Pau Romeva, més de 900 metres de venda i exposició . Hi participen més de 50 estands.
- Distribució dels Punts de Llibre de Sant Jordi
- Fira de Nadal. Espai d'Art. Associació d'Artesans de les Corts. El mes de desembre a Diagonal entre el carrer Gandesa i Numància s'instal·la la Fira de Nadal de les Corts.

- Trocathlon: Organitzat per Decathlon. Compra-venda de material esportiu .Ho realitzen dos cops l'any amb una durada de 10 dies cada cop, el març i l'octubre
- Espai d'Art. Fira d'artesans de les Corts. Organitza una fira a Plaça Comas el primer dissabte de mes i a Avinguda Diagonal l'últim dissabte de mes.
- La Dama d'Or. Associació d'artesans , sector alimentari. Fira de menjar artesanal el primer dissabte de mes a Plaça Comas
- Art Directe. Col·lectiu de pintors . Organitza una fira de pintors a l'avinguda Diagonal entre Joan Güell i carrer Gandesa
- Associació de Brocanters del Putget. Tots els dijous a Josep Tarradellas –Gelabert.
- Artesans de la Terra. Fira d'artesanía i alimentació. Plaça de la Concòrdia. Tercer diumenge de mes.
- Mercat Ecològic. Hi pots trobar producte alimentari fresc . Tots els divendres a Joan Güell-Diagonal.

Campanyes

- Shopping Night Diagonal.
El juny 2012 es va realitzar la 1a Edició de Shopping Night Diagonal. Hi van participar els dos grans centres comercials i altres operadors econòmics. Hi va participar també una representació del comerç de proximitat del districte.

Centre de Normalització Lingüística

- Signatura d'Acord de Col·laboració entre el Centre de Normalització Lingüística i l'Eix comercial Sants-Les Corts
- En el marc del CNL també es van treballar amb els comerços del districte, les següents campanyes:
- Campanya "Jocs i Juguines en català"
- Incorporar campanya "I tu, jugues en català" a Cavalcada Reis dte. Eix comercial Sants-Les Corts. Pedralbes Centre i Illa Diagonal.
- Campanya "Voluntariat per la llengua" 17 establiments formen part de la xarxa de col·laboradors
- Parelles lingüístiques. Campanya "Català a taula".
- Cursos de català per a cambriers. 23 alumnes participants

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

Potenciar el petit i mitjà comerç com un element bàsic del teixit urbà, segons el model comercial de Barcelona, per afavorir la cohesió social, evitar la desestructuració dels barris i frenar la pèrdua comercial dels carrers.

Per a aconseguir-ho haurem de realitzar un seguit d'accions:

Millores a l'espai públic, prioritzant els eixos i entorns comercials i turístics:

- Prioritzar el manteniment de l'espai públic.
- Actuacions de millora d'acord amb l'auditoria de l'estat del carrer.
- Desenvoluparem el Pla director d'il·luminació.
- Ordenarem els vetlladors i les terrasses en aplicació de la nova normativa.
- Posarem en tot el districte, la senyalització amb indicadors d'adreces per a vianants.
- Iniciarem un estudi de l'estructura urbana del districte, per adequar amb criteris de desenvolupament sostenible, el comerç, la mobilitat i els elements existents (súper-illes).

Incrementar les mesures de seguretat i civisme:

- Desenvoluparem el Pla Silenci, que fa compatible l'activitat de restauració amb el descans dels veïns.
- La policia comunitària, policia de proximitat, vetllarà per la seguretat i el civisme.
- Incrementarem l'eficiència del Pla de neteja.
- Treballarem temes de civisme amb promotors ambientals.

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

Espai de participació

- Consell de Promoció Econòmica Comerç i Consum: 20 de març, 18 de juny , 13 de novembre
- Presentació Mesura de Govern Comerç "Et donem la mà".
- Presentació Pla de Turisme
- Xarxes socials i entitats de comerç al districte
- Nous drets i deures del Codi de Consum de Catalunya
- Pla d'actuació al districte



Districte de Sarrià-Sant Gervasi

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials

Esdeveniments

Fires i mostres

- Mostra de comerç i passarel·la de moda de Sant Gervasi (c/ Muntaner)
- 4art. Mercat de Nadal a Sant Gervasi (Pl. Joaquim Folguera)
- Fira de Nadal del Putxet (Pl. Kennedy)
- 2 Mostres de comerç a Sarrià (c/ Major de Sarrià, al maig i a l'octubre)
- Passarel·la de moda a Sarrià (Pl. de Sarrià)
- Fira de Nadal a Sarrià (Pl. de Sarrià)
- 2 Fires d'artesanía a Sarrià (Pl. De Sarrià)
- 2 Fires agrícoles a Collserola, (maig i setembre)
- Fira de Nadal a Vallvidrera

Actes comerç

- Activitats diverses al mercat de Galvany
- Cavalcada de reis de Sant Gervasi
- Trenet de Nadal i reis a Sarrià
- Cavalcada de reis a Sarrià
- 4 Xocolatades a l'Eix de Sarrià
- Fira de Sant Ponç (Pl. Sant Vicenç)
- Sarrià BBQ (Ball "country" i gastronomia-barbacoa)



Districte de Gràcia

Promoció interior

Base de Dades de Comerç
Web de Comerç dels barris del Nord
Suport a l'organització de l'Associació de comerciants del Coll

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials.

Esdeveniments

Fires i mostres

- Festa major de Gràcia: fira artesans, Fira etiquetatge en català
- 5 fires puntuals
- 6 fires periòdiques
- 1 fira tradicional
- Fira Solidaria
- Trobada d'Il·lustradors

Actes comerç

- Comerç al carrer de Primavera
- Comerç al carrer de Tardor

Altres projectes

- Campanya de comunicació:
- Torretes de les zones comercials
- Publicació de tots els comerços associats
- Nit de comerç obert

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

Ajuts d'obres de llarga durada

- Entorn de Plaça Gala Plàcidia (Entitat Associació de Comerciants Portal de la Llibertat)
- Campanya de comunicació
- Plaça Lesseps
- Fira de Nadal

Impuls a la formació i la qualitat

- Acció formativa per a dependents de comerç dins de la llei de barris del Coll

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

- Campanya de comunicació activitats de Nadal
- Campanya de foment de l'associacionisme



Districte d'Horta Guinardó

- Elaborar, consensuar i impulsar el Pla d'Acció comercial del Districte d'Horta – Guinardó 2012 - 2015
- Constituir la Taula de Comerç del Districte d'Horta – Guinardó, per tal de fomentar la participació del sector, el 19 d'abril de 2012
- Dissenyar el Pla de comunicació de Comerç del Districte

Promoció interior

- Planificar campanyes de promoció comercial conjuntes: Mostres de Comerç al carrer, Campanya de Nadal
- Torretes publicitàries de les activitats de les entitats i dels mercats municipals amb codis QR
- Crear l'Agenda de Comerç
- Editar tríptic: Associa't amb el comerç d'Horta – Guinardó amb el mapa associatiu

Esdeveniments

- | | |
|-------------------|----|
| • Fires i mostres | 38 |
| • Actes comerç | 38 |

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

- Informar a les associacions afectades per les obres de llarga durada de la Mesura de govern

- Definir les línies estratègiques per a la millora de l'urbanisme comercial del Districte d'Horta – Guinardó
- Pla de millora al Mercat de la Vall d'Hebron

Impuls a la formació i la qualitat

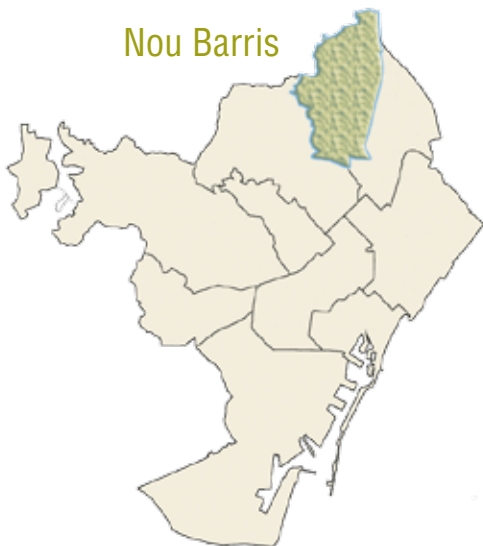
- Informar dels recursos de formació dirigits al món del comerç
- Definir i impulsar el programa Pla de formació contínua específic pel sector comercial Obert al futur amb Barcelona Activa

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

Convenis de col·laboració amb les entitats:

- Carmel Comerç
- Cor Horta i Mercat d' Horta
- Eix Maragall
- Sanllehy Comerç
- Associació de Comerciants de Montbau
- Facilitar la creació de noves associacions de comerç: Associació de Comerciants la Teixonera i Sant Genís dels Agudells
- Facilitar la promoció conjunta entre les associacions i els mercats municipals
- Donar suport a les accions de promoció comercial: fires, jornades de comerç, passarel·la de moda...
- Subvencions

Nou Barris



Districte de Nou Barris

Activitats relacionades amb el Comerç al Districte

Dinamització del Consell de Comerç de Nou Barris

S'ha reactivat el Consell de Comerç de Nou Barris, aturat feia uns anys. Les accions més destacades han estat:

Constitució del Nou Consell de Comerç:

- Nomenament nous càrrecs.
- Aprovació del Reglament de règim intern del Consell
- Nomenament dels membres de la Comissió Permanent
- Al llarg de 2012 s'han realitzat tres sessions plenàries, dos ordinàries i una extraordinària per treballar el PAD.

La Comissió Permanent del Consell, que es reuneix amb una periodicitat mensual, ha esdevingut una eina de primer ordre per la promoció del comerç. Ha impulsat les accions:

- “El Comerç de Nou Barris es Mou”. Activitat organitzada en col·laboració per les diferents entitats de comerciants, orientada a donar a conèixer les botigues de Nou Barris mitjançant una mostra del comerç a diferents llocs del Districte. Previstes 4 edicions anuals (Via Júlia, Costa Cuxart, Pl. Virrei Amat i Pl. Lluçmajor) Les edicions realitzades fins ara han comptat amb la participació d'uns 40 comerciants a cada edició, pertanyents a diferents entitats, associacions i eixos comercials.
- Edició d'una guia d'entitats comercials de Nou Barris.
- Elaboració del Pla de Comerç de Nou Barris (en procés)
- Impuls a les entitats de comerç per accedir als ajuts i subvencions:
- Ajut a les entitats comercials afectades per obres de llarga durada: 22.000€
- Increment del nombre d'entitats (4) que han presentat sol·licitud de subvencions

Projecte TIC Comerç

- En col·laboració amb Barcelona Activa. Realització d'un diagnòstic sobre l'ús de les noves tecnologies aplicades al comerç als barris de Ciutat Meridiana, Torre Baró i Roquetes. Pendent fase formació.
- Suport a activitats organitzades per entitats de comerç :
- Custom Christmas (Eix Maragall,) Mostra de Mercats (Institut Mercats, Mercat Mercé, Montserrat i Guineueta), Mostra de Comerç (Nou Barris Centre Comerç), Mostra Comerç (Ass. Virrei Amat), Mostra (Federació Ass. Comerç Nou Barris), Fira Modernista.



Districte de Sant Andreu

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials.

Esdeveniments

Fires i mostres

- Consolidació de les fires ja existents
- Col·leccionisme: plaça Masadas
- Artesania Pl. Comerç, plaça Rodona, Plaça Mercadal i pl. Congrés.
- Pintures: Rambla Onze de Setembre
- Mercat setmanal: Mercat Felip II

Noves fires:

- Fira de Santa Llúcia (Nadal): Arbres i ornaments nadalencs (pl. Orfila i Pl. Comerç) Organitza Eix Comercial de Sant Andreu

Actes comerç

- Consolidació de la Festa del comerç al carrer
- 17a. edició, amb la participació cadascuna de les 6 associacions i 2 Eixos i la participació de més de 250 comerços.
- S'han realitzat dos consells de comerç ordinari.
- Suport a les activitats per a la dinamització del comerç, portades a terme pels diferents Eixos i associacions de comerciants. Així destaquem:
 - Rebaixes al carrer Eix de Sant Andreu
 - Fora Estocs Eix de Sant Andreu
 - Carnestoltes Eix de Sant Andreu
 - Festa de comerç al carrer d'hivern del Bon Pastor.
 - Participació en la Mostra d'Entitats del Bon Pastor dins la Festa Major
 - Festa del comerç de tardor Sant Andreu Nord Comerç

- Festa del comerç al carrer de tardor Onze de Setembre
- Festa de comerç al carrer de tardor Unió Botiguers Congrés Indians
- Trobada de Clàssics de l'Eix Sant Andreu
- Fira de Vins de l'Eix Maragall
- 2a Festa de comerç Multicultural
- Concurs d'aparadors
- Repartiment d'escudella i carn d'olla UBCI "Escudella solidària"
- Enllumenats de Nadal a diferents associacions
- Patges reials Eix Maragall
- Participació en la cavalcada de reis
- Pares Noels per Nadal
- Haima reial Eix comercial de Sant Andreu
- Festa de l'Eix Comercial Sant Andreu dins la Festa Major
- Participació en la Cavalcada del Pare Noel a la Trinitat Vella
- Participació en la Cavalcada de reis al Bon Pastor

Altres projectes

- Suport en el projecte Camp d'aprenentatge, entre la Unió de Botiguers Congrés Indians i l'IES Alzina. Els alumnes visiten botigues i serveis del barri per conèixer l'ofici.
- Acte homenatge a Joan Mateu a la pl. Del Comerç

Pla de Turisme del Districte

- Signatura conveni de col·laboració entre l'Eix Maragall i la Unió de Botiguers Congrés-Indians
- Reactivació associació comerciants de la Sagrera (SAAC) per sobre de la meridiana. S'ha triat un representant d'aquesta zona comercial per treballar amb l'associació
- Pla de Barris Bon Pastor i Baró de Viver
- Pla Integral de la Trinitat Vella

Millora de la integració de l'espai urbà i comerç

- Adequació de les zones de càrrega i descàrrega de la zona de Congrés Indians
- Enllumenat de Nadal c/ Sant Antoni M. Claret/Hondures
- Enllumenat de Nadal Pl. De la Mainada
- Concert de Nadal Pl. De la Mainada

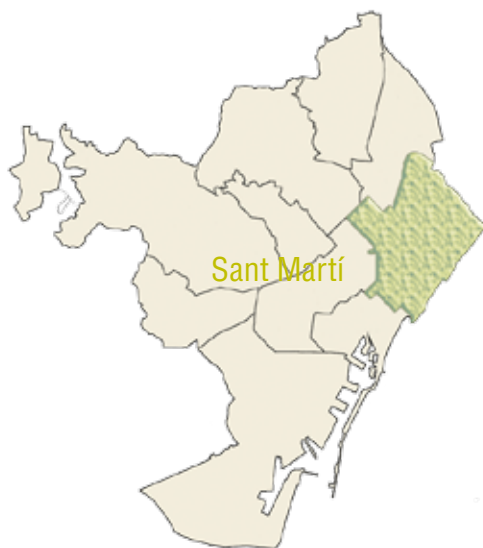
Accions de formació continuada dirigides al món del comerç

Dins del Pla de Barris de Bon Pastor i Baró de Viver:

- Curs de màrqueting i aparadorisme
- Curs Més enllà de l'aparador, eines màrqueting 2.0 per a petits comerços
- Curs d'embolicar regals

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

- Edició d'un fulletó de les associacions de comerciants del districte per promocionar l'associacionisme comercial
- Edició del Plànol del comerç associat del Bon Pastor, dins de Pla de Barris del Bon Pastor i Baró de Viver.
- Repartiment de bosses de roba com a promoció de l'Associació de comerciants i del mercat municipal del Bon Pastor.



Districte de Sant Martí

Accions del Districte amb la col·laboració d'entitats sectorials.

Esdeveniments

- Fires i mostres: 7 Mostres de Comerç al Carrer
- Sortides Venda al carrer: 10
- Fires artesanes: 10 (surten 1 vegada al mes)

Actes comerç

- Passarel·la de la Moda i Complementes a St. Martí (Sant Martí Eix Comercial)
- Vermut Solidari (Eix Clot)
- Tastatapes-2012 (Associació de Comerciants Botiguers del Besòs)
- Ral·ly de vehicles antics (Associació d' Amics i Comerciants de la Rambla del Poblenou)
- Trenet de Nadal (Sant Martí Eix Comercial)
- Mercat d' Hivern (Eix Poblenou)
- Edukofesta (Ass. Comerciants "Botiguers del Besòs")
- Mona Solidaria- Pastisseria La Palma i Eix Clot
- Fira de Cervesa Artesana al Poblenou (Eix Poblenou)

Altres projectes

- Projecte amb el Consorci de Normalització Lingüística de Sant Martí
- Projecte de formació "Amunt i Amb Força"

Impuls a la formació i la qualitat

- Projecte formatiu adreçat als comerciants del Districte de Sant Martí: "Amunt i Amb Força"
- 8 sessions formatives d' una durada de 2 hores(setembre2012 a gener 2013)

Accions de formació continuada dirigides al món del comerç

- Projecte de col·laboració amb el Consorci de Normalització Lingüística del Districte de Sant Martí de cara a fomentar el coneixement de la llengua i la cultura catalana

Foment de les entitats associatives en el món del comerç

- Suport, acompanyament i assessorament als comerciants del barri de la Vila Olímpica en la línia d'afavorir l'associacionisme comercial al barri i també en la mateixa línia s'ha realitzat suport, acompanyament i assessorament als comerciants del barri de Provençals del Poblenou.

A l'àmbit de participació

- Es varen realitzar dos Consells de Comerç i també dues taules de treball amb els comerciants per tal de preparar l'ordre del dia d'aquests consells sectorials de participació.
- Campanya per la creació amb el Departament de Comunicació d'una imatge pròpia de comerç del districte validada amb la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona:
"A Sant Martí Comerç Tot L'Any"/"Junts Fem Més Comerç"
- Adquisició des de la Direcció de Serveis de Territori del Districte de Sant Martí de torretes publicitàries per tal de donar suport als eixos i associacions de comerciants per tal de visibilitzar i promocionar les activitats que porten a terme en els diferents barris del districte.

Mercats no Sedentaris

- Mercat no sedentari de Sant Martí: tots els dimecres de mes pel matí
- Mercat no sedentari del Besòs: tots els dissabtes del mes pel matí

6.5. SUBVENCIONS AL COMERÇ

6.5.1 Subvencions de proximitat i promoció econòmica

L'Ajuntament de Barcelona, dins dels límits establerts en els pressupostos municipals per a l'any 2012, va preveure la concessió de subvencions a aquelles entitats que duguin a terme activitats relacionades amb el món del comerç al terme municipal de Barcelona.

El procediment per a la concessió de subvencions es tramita en règim de concurrència competitiva, mitjançant la convocatòria de concurs públic.

Aquests ajuts econòmics són per fomentar activitats d'interès públic o social que dinamitzin el comerç urbà de proximitat i a través de la promoció de l'associacionisme comercial, ja sigui territorial o sectorial, tinguin per finalitat:

1. Potenciar la dinamització del comerç de Barcelona
2. Impulsar accions de millora competitiva del comerç
3. Promoure la formació de professionals vinculats al món del comerç
4. Fomentar l'afiliació a entitats associatives
5. Reforçar les estructures administratives de les associacions

La resolució d'atorgament i denegació definitiva, sobre la convocatòria subvencions de concurrència pública per a la realització d'activitats relacionades amb el món del comerç l'any 2012, es va publicar al Butlletí Oficial de la Província de Barcelona (BOPB), amb data 15 de gener de 2013.

Les dades d'aquesta convocatòria són:

- Entitats sol·licitants72
- Projectes presentats202
- Projectes exclosos 17

Àmbits temàtics:

- Accions de dinamització, comunicació i promoció comercial d'àmbit intern i extern.....73
- Reforç estructures administratives.....43
- Estudis d'afluència de visitants i hàbits de compra.....4
- Accions formatives..... 18
- Foment d'afiliació a entitats associatives47

Import total destinat..... 800.000.-€

6.5.2 Subvencions per a l'enllumenat nadalenc atorgades mitjançant concessió directa

Amb motiu de l'enllumenat nadalenc es van atorgar subvencions de concessió directa a 57 associacions de comerciants i eixos comercials.

Import total atorgat: 900.638 €

6.5.3 Campanya promocional de dinamització en aquelles zones afectades per obres de llarga durada

En la reunió de la Comissió de Govern del 18 de juliol de 2012 es van presentar unes mesures de govern amb l'objecte de minimitzar els efectes de les obres sobre les zones comercials del seu entorn i contribuir a la dinamització comercial d'aquestes zones afectades.

Aquestes accions de promoció i dinamització del comerç poden ser lúdic-culturals, edició de fulletons informatius, tríptics, revistes promocionals, panells informatius, senyalització, disseny de campanyes comercials, enllumenat i activitats nadalenques, etc.

Aquest ajut s'ha posat en marxa col·laborant amb les associacions representants de les zones afectades que presentaren projectes i els agents referents en els districtes municipals.

L'import total atorgat és de 157.555,08 €

El resulta ha estat el següent:

| ENTITAT | OBRA |
|-------------------------------------|---|
| Assoc. afectats per obres de l'AVE | Pous de ventilació túnel Línia Alta Velocitat |
| AC La Marina Zona Franca | Estació de metro pg. Zona Franca (L9) |
| Eix del Raval | Urbanització plaça La Gardunya i pàrquing |
| Eix Maragall | Estació de metro Maragall (L9) |
| AC Entorn Mercat de Sants | Nou Mercat de Sants |
| AC Sagrera Activa | Intercanviador de la Sagrera |
| AC Gran Eixample | Nou Mercat del Ninot |
| AC Virrei Borbó | Estació de metro Virrei Amat |
| AC Poble Sec i Paral·lel | Reurbanització plaça Navas i pàrquing soterrani |
| AC Portal de la Llibertat de Gràcia | FCG plaça Gal·la Plàcidia |
| AC Pl. Lesseps | Estació metro Lesseps (L9) |
| Sant Antoni Centre Comercial | Nou Mercat Sant Antoni |

7. ELS MERCATS MUNICIPALS

Barcelona, ciutat de mercats

L'any 2012 ha suposat l'arrencada efectiva d'un nou Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2012-2015, que amb una inversió prevista de 18.620.000 d'euros, suposa una aposta municipal per continuar amb l'important impuls dels mercats que s'ha estat fent en els darrers anys.

Durant el 2012 s'ha donat continuïtat a diversos projectes de remodelació en marxa: nou mercat del Guinardó dins d'una illa d'equipaments, primeres fases dels mercats de Sant Antoni, Sants i Ninot, així com les darreres fases dels Encants-Fira de Belcaire i Guineueta. Al mateix temps s'inicien les obres de remodelació del mercat de Provençals. Els mercats de Vall d'Hebrón i Bon pastor, després de les actuacions provisionals, han continuat a l'espera de desenvolupar els projectes definitius.

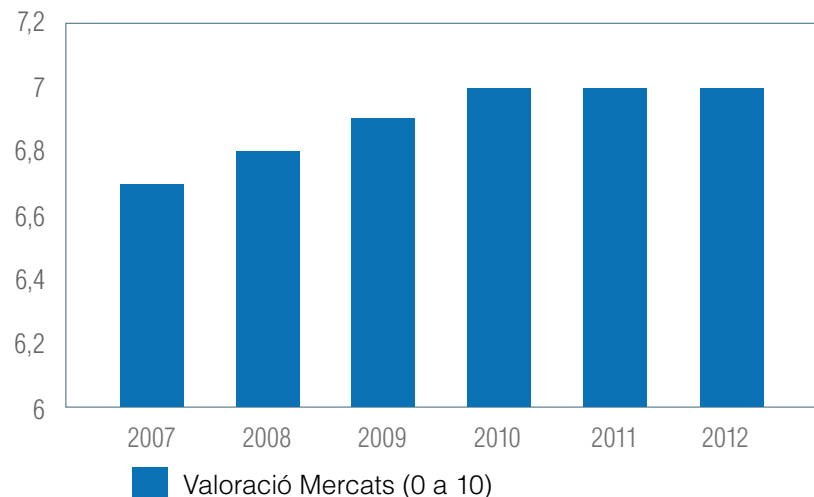
En finalitzar el 2012, s'hauran reformat 19 mercats i 9 més estan en procés de remodelació, un 65% del total de la xarxa de la ciutat.

Les reformes finalitzades han servit per crear un nou mix comercial i dotar els mercats de noves infraestructures, logística i nous serveis, com ara la tramesa a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb targeta de client, i l'ampliació horària entre d'altres.

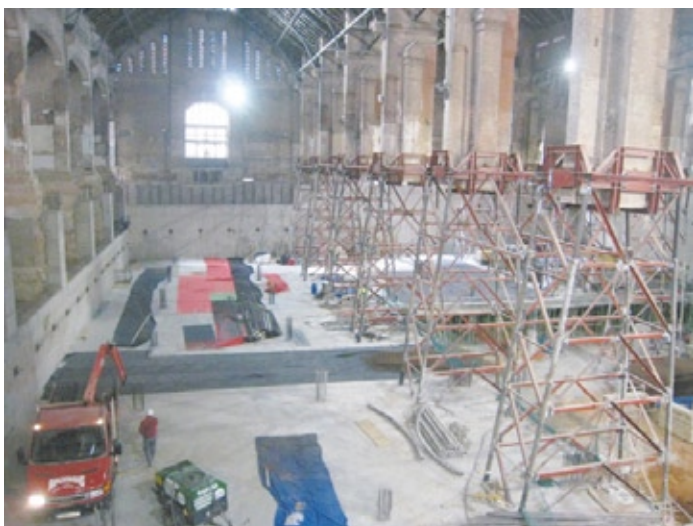
La percepció ciutadana, reflectida anualment en l'Enquesta de Serveis Municipals, mostra l'evolució positiva que fan els barcelonins dels mercats, que han passat d'una puntuació de 6,3 l'any 2006 fins a una puntuació mantinguda en els darrers anys de 7.

Valoració dels mercats municipals

Els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipals, la nota més alta atorgada a un servei exclusivament municipal, només per darrere del Metro i les Biblioteques.



Projectes més destacats



Mercat de sants

Un cop executades les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades (una logística i una segona d'aparcament per a clients) que per les característiques estructurals de l'edifici ha precisat d'una complexa intervenció tècnica per tal de suportar els pilars al estar catalogat, s'han construït fins ara les diferents plantes per arribar a la cota de carrer. Durant el 2013 s'iniciarà la darrera fase fins al final de la remodelació.

Obres fins a cota zero al mercat de Sants

Mercat del ninot

Com en el cas del mercat de Sants, el mercat del Ninot porta una dinàmica similar, ja que també s'han executat les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades. Però en aquest cas, a diferència de Sants, la incorporació de l'autoservei es farà semisoterrada a la part central del nou edifici, i es soterrarà als dos laterals, la logística i l'aparcament per a clients. S'han construït les plantes soterrades fins a cota de carrer per tal de licitar la darrera fase de l'obra en el 2013.



Procés d'aixecament de la coberta del nou mercat Encants Barcelona

Nou mercat Encants Barcelona (Fira de Bellcaire)

Durant els anys 2011 i 2012 s'han conclòs les actuacions més importants sota rasant d'aquesta important construcció, consistents en la excavació de les plantes soterrades que encabiran la logística i l'aparcament de 300 places per a clients i s'han iniciat les obres en superfície i l'enlairament de l'espectacular coberta, per tal de poder obrir el nou mercat en el 2013. El singular mercat ocuparà un espai d'aproximadament 8.000 m2 en una illa formada per la plaça de les Glòries, l'avinguda Meridiana, el carrer Castillejos i un carrer de nova creació.

Mercat de Sant Antoni

L'actuació de remodelació del Mercat de Sant Antoni, per dimensió i complexitat, ha requerit al llarg del 2012, aprofundir en tots els aspectes tècnics per tal d'enllestir el Projecte executiu definitiu i poder així iniciar la construcció de les pantalles a més de 40 metres de profunditat que hauran de fer possible l'excavació i construcció de les plantes sot arrasant durant l'any 2012.

També s'allargaran durant el 2012 els treballs arqueològics per tal de preservar un dels baluards de l'antiga muralla de la ciutat, que es troba parcialment sota l'actual mercat.



Treballs d'arqueologia del mercat de Sant Antoni

Mercat del Bon Pastor

El mercat provisional va ser ubicat al carrer de Sant Adrià, cantonada carrer Llinars del Vallès, en la proximitat de l'antic edifici del mercat (100 metres), que ha estat enderrocat durant el 2010. El solar alliberat s'ha urbanitzat, resultant un espai públic per gaudi del veïnat, fins que es defineixi el projecte durant el 2013.

Mercat de la Vall d'Hebron

El mercat de la Vall d'Hebron està en fase de remodelació. Com a pas previ a aquest procés, es varen realitzar una sèrie d'actuacions de concentració d'establiments a la zona davantera del mercat, actualment en actiu. Durant l'any 2013 es traurà a concurs la redacció del projecte per a la remodelació i condicionament total de l'edifici.



Mercat de la Guineueta

El mercat de la Guineueta afronta una remodelació parcial, però de gran impacte per la importància de les actuacions, que inclou la introducció d'un autoservei de format mitjà, el trasllat de la zona de magatzems del mercat, la renovació comercial de la sala de vendes del mercat i les botigues exteriors, que també es traslladen, i finalment una nova façana que s'aproparà més al Passeig Valldaura i dotarà al mercat de major atracció.

Durant el 2012 s'han continuat les actuacions, aquest cop en la part soterrada i en façana, per tal d'enllestir les obres a l'estiu del 2013.

Treballs de remodelació del mercat de la Guineueta



Mercat de Provençals

De forma similar al mercat anterior, el de Provençals afrontarà una important remodelació parcial, la principal característica de la qual serà l'ampliació de l'edifici, tant a nivell de planta de mercat, com de logística i aparcament (a la coberta). Això permetrà encabir un autoservei mitjà, que funcionarà com a motor econòmic, i al mateix temps s'actualitzaran totes les instal·lacions de l'equipament, els seus accessos i la façana. Durant el 2012 s'han iniciat les obres que finalitzaran l'estiu del 2013.

Mercat del Guinardó

Després de passar tres anys en el mercat provisional, aquest 2012 han continuat les obres de la nova illa d'equipaments del Guinardó, que inclourà el nou mercat. Al mateix temps, en el complex, interactuaran un centre d'assistència per a la gent gran i una escola bressol entre altres equipaments, i s'urbanitzarà tot l'entorn, amb la creació d'una nova plaça oberta al veïnat.



Animació virtual de la nova illa d'equipaments del Guinardó

Altres

Al mateix temps s'han realitzat actuacions constants de manteniment i millora. Concretament, en el 2012 s'han realitzat fins a 88 actuacions singulars, sovint en instal·lacions internes o logístiques, imprescindibles per donar un bon servei, com cambres frigorífiques, muntacarregues, etc., però també de millora del confort del ciutadà, aire condicionat o accessos. La inversió ha arribat enguany als 677.267 €

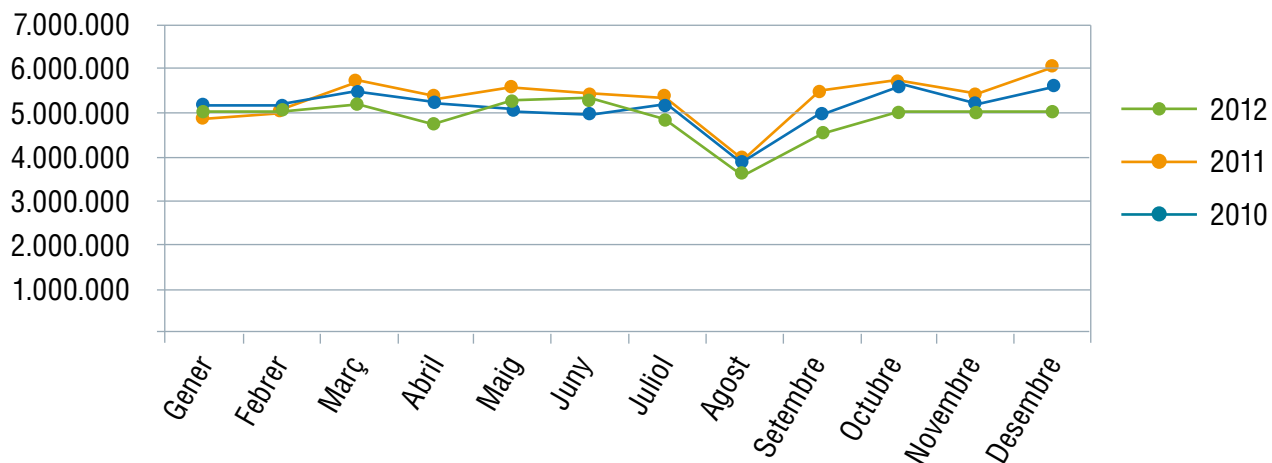
Afluència de públic als mercats

Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i la seva estacionalitat, l'IMMB realitza un seguiment mensual a partir d'aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats de 2012 han estat els que es recullen en els quadres següents.

Visitants als mercats municipals de Barcelona

| | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gener | 5.158.784 | 4.835.121 | 4.972.194 |
| Febrer | 5.125.273 | 4.993.582 | 4.914.034 |
| Març | 5.494.161 | 5.721.707 | 5.386.086 |
| Abril | 5.267.198 | 5.381.896 | 4.862.867 |
| Maig | 5.052.283 | 5.521.977 | 5.201.769 |
| Juny | 4.968.812 | 5.412.944 | 5.287.323 |
| Juliol | 5.252.289 | 5.359.604 | 4.733.972 |
| Agost | 3.864.572 | 3.966.907 | 3.692.669 |
| Setembre | 4.982.534 | 5.472.683 | 4.579.737 |
| Octubre | 5.584.426 | 5.700.132 | 5.082.542 |
| Novembre | 5.239.658 | 5.430.936 | 4.998.738 |
| Desembre | 5.614.713 | 5.992.455 | 5.017.195 |
| Totals | 61.604.702 | 63.789.944 | 58.729.126 |
| Variació en % | | 3,5 | *7,9 |

Evolució visitants mercats 2010 - 2012



Cal destacar l'evident estacionalitat en el nombre de visitants en funció dels mesos de l'any. En un context de crisi econòmica, però, ja plenament instal·lada, podem constatar que aquesta sembla haver afectat més clarament al nombre de visitants durant l'any 2012, mentre s'havia mantingut a l'alça al 2011. Aquest fet és indicador malgrat d'una alta fidelització dels consumidors, i que la pèrdua de facturació soferta en els darrers anys no implica correlativament una pèrdua de quota de mercat.

Rejoveniment d'operadors

El rejuveniment dels operadors suposa un impuls a una de les variables més sensibles per a la continuïtat competitiva dels mercats, el relleu generacional.

Canvis d'operadors

| Any 2012 | Traspassos intervius | Cessions pares fills | Cessions entre cònjuges | Traspassos mortis causa |
|-------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| Núm. expedients | 193 | 96 | 11 | 26 |
| Edat mitjana cedent | 54 | 68,7 | 50,4 | 64,7 |
| Edat mitjana cessionari | 37,1 | 40,4 | 50,6 | 46,3 |
| Diferencial | -16,9 | -28,3 | -0,2 | -18,4 |

Projectes internacionals

Med Emporion

El projecte d'anàlisi i promoció dels mercats a les ciutats mediterrànies, desenvolupat amb Torí, Gènova i Marsella en el marc de la iniciativa Med de la Unió Europea, ha continuat amb les accions previstes.

Els 2 estudis en curs –“Informe sobre els mercats de la Mediterrània” i “Estudi sobre l'origen dels productes del mercat local”- han finalitzat la prospecció i anàlisi i s'ha finalitzat la seva redacció aquest any 2012, que es van presentar en el 1er Simposi Internacional al mes de juny.

Marakanda

Donant continuïtat a la projecció internacional del model Barcelona de mercats, l'Institut de Mercats de Barcelona ha entrat a formar part, amb 10 ciutats més del nord i sud de la Mediterrània, del projecte Marakanda (ENPI). Liderat per la ciutat de Florència per als anys 2011-2013, Marakanda pretén crear un clúster amb l'objectiu de millorar la gestió dels mercats.

L'any 2012 ha suposat la posada en marxa d'aquest projecte, on l'IMMB ha tingut una destacada participació en la definició metodològica dels treballs a desenvolupar.

URBACT Markets

L'objectiu del projecte és estudiar i potenciar els mercats locals com a motors de desenvolupament urbà i regeneració econòmica local i sostenible, a partir del model de Barcelona, que actua com a líder en un context en el que la UE està programant les noves perspectives de finançament fins el 2020. Permetrà establir una estratègia conjunta amb moltes ciutats europees per situar els mercats en l'agenda prioritària d'Europa a dos nivells: situar-los en l'agenda política tant regional com de la UE, i obtenir finançament comunitari per adequar-los als reptes de consum i de ciutat del segle XXI.

L'any 2012 s'han seleccionat els partners i s'ha sotmès a aprovació definitiva el projecte per part del secretariat, per tal de començar a desenvolupar-se l'any 2013.

Assessoraments internacionals

S'han atès diverses demandes internacionals d'assessorament de gestió dels mercats municipals procedents de ciutats com: Lima, Medellín, Corea o Xina, que posicionen el Model Barcelona de Mercats com a un dels millors models de gestió del món.

Accions de promoció i responsabilitat social

La tercera edició de la Fira Mercat de Mercats, entre els dies 19 i 21 d'octubre, ha obtingut un balanç d'èxit: més de 250.000 visitants, més de 200.000 compres directes, 55.000 consumicions, traduïts en uns 1.000 impactes als mitjans de comunicació, va superar els resultats de l'edició anterior. Les xifres finals mostren un increment del 10% del nombre de visitants en comparació a l'edició de l'any passat. Un augment que també es veu reflectit en el nombre de consumicions de degustació, que experimenta un increment del 15%

L'Institut ha promogut aquest any la tercera edició dels premis Els millors mercats del món, que varen ser atorgats a l'Associació de Concessionaris del Mercat del Carmel.

Com cada any, s'ha celebrat la jornada especialitzada que enguany es va convertir en el 1er. Simposi Internacional Mercats de la Mediterrània, on es van presentar les conclusions del projecte internacional liderat per mercats de Barcelona MED Emporion. Hi van assistir més de 200 persones procedents del nostre país i d'altres 8 estats de la Mediterrània i va posar a Barcelona en el mapa, com a capital dels Mercats. El Simposi va ser el marc de presentació del estudi Mercats de la Mediterrània, publicat en el marc del projecte Med Emporion, on es recullen les bones pràctiques de gestió dels mercats.

Enguany s'han commemorat dos aniversaris importants: el 50è aniversari dels mercats del Bon Pastor i el 25è aniversari del mercat de la Guineueta.

S'han potenciat més de 80 accions promocionals de dinamització comercial dels mercats i de vinculació amb el veïnat, promogudes tant per l'Institut com per les associacions dels comerciants dels mercats.

14 grans campanyes de promoció de preus s'han dut a terme durant aquest any als mercats de la Guineueta, Canyelles, Bon Pastor, Lesseps, el Carmel, Llibertat, Concepció, La Mercè, Boqueria, Dominical de Sant Antoni, Felip II, Horta, Galvany i Sant Gervasi.



Pel que fa a les accions de cohesió social i amb el territori, destaquen activitats com la Mostra de mercats de Nou Barris, la Festa de Provençals, el Mercat Modernista de la Concepció, el Tradicionàrius, la Botifarrada de Sarrià, els Tastets del Clot o la Mostra de Comerç al carrer d'Horta a les quals hi participen habitualment els mercats. També destaca, la participació en les festes tradicionals de: Nadal, Carnestoltes, Sant Jordi, Sant Joan, Tots Sants, en les Festes Majors dels barris, etc.

Els mercats són també importants centres per a la promoció del menjar saludable de proximitat, i de divulgació cultural i científica com es demostra en les activitats com: 48h Open House, la Promoció del consum Km0, accions amb col·laboració amb Slow-food, tallers Enjoy Wine de promoció dels vins amb D.O., accions de promoció de la Sarsuela, fires de productes catalans amb D.O.,...

Igualment s'han portat a terme més de 50 activitats de responsabilitat social, amb la participació de la major part dels mercats, com són: la Bossa solidària, col·laboració amb Llibre solidari d'ajut a la gent gran, accions de sensibilització contra la violència de gènere, la Marató contra la Pobresa o la participació a la Marató de TV3. En el context actual de crisi, ha tingut especial rellevància la participació de tots els mercats municipals al Gran Recapta d'aliments que ha significat un èxit de col·laboració ciutadana amb un balanç de recollida de 117 tones d'aliments, més del doble que l'any 2011.

En el marc del foment de la salut, associat al consum de productes de mercat, s'han portat a terme més de 30 activitats per exemple la campanya Oncolliga, IX edició de la presentació de la Setmana europea contra el càncer, campanya Posa't la Gorra de l'Associació de familiars i amics de nens oncològics de Catalunya (AFANOC), les jornades cardiovasculars o les accions de sensibilització contra la Sida.

Finalment s'ha col·laborat amb grans empreses com la Caixa (campanya Contactless), Vichy Català o l'Aquàrium.



Comunicació

El 2012 ha suposat una continuació del Pla de dinamització comercial, iniciat a finals del 2010, com a estratègia de reactivació econòmica del comerç dels mercats de Barcelona i promoure l'estil de vida saludable, la qualitat, la professionalitat, etc., així
A finals del 2012 es va encetar la campanya "Practica el Mercàting", amb els següents objectius:



- ☑ Posicionar els mercats d'acord amb els seus valors, serveis i visió.
- ☑ Incrementar l'ús i la compra als Mercats de Barcelona
 - ⦿ Fidelitzar els clients actuals
 - ⦿ Captar nous clients: veïns i joves
 - ⦿ L'acció va anar acompanyada d'una campanya de comunicació d'àmbit ciutat amb banderoles, insercions a premsa, falques de ràdio, etc.

Comunicació digital

La web de l'Institut www.bcn.cat/mercats, implantada el setembre de 2011, ha tingut un creixement important tot assolint les 270.7144 visites amb un promig diari de 1.286 visites. S'han publicat 71 notícies, 114 vídeos i s'ha traduït al castellà i a l'anglès.

Les xarxes socials de l'Institut de Mercats, es consoliden com a importants eines informatives i dinamitzadores de totes les activitat i accions realitzades als mercats, així com de captació d'un públic més jove. El seu creixement ha estat progressiu, i aquest 2012 s'ha traduït en les següents dades:

- Amb més de 70 notícies publicades i 44 actualitzacions de trucs, receptes i productes, les visites al web assoleixen 86.650 entrades.
- Amb un total de 2.793 amics, amb un perfil majoritari de 25-44 anys, el nostre Facebook ha assolit aquest 2012 un creixement total de 1.061 respecte l'any anterior.
- Amb Twitter s'ha arribat als 4.495 seguidors i s'han fet 9.011 tweets que han suposat 2.183.231 retweets.
- Les visites a Flickr, amb un total de 25.193 entrades, també han enregistrat enguany un augment considerable.
- Es continua amb l'edició del Newsletter digital amb un edició mensual.

Amb l'objectiu de dinamitzar les xarxes i captar un públic més jove, hem organitzar diferents concursos virtuals com: les receptes de Carvalho, el concurs de fotografies Mercat de Mercats 2.0, el de Nadal...

D'altra banda, continuant amb la millora i innovació en el món de les xarxes socials, s'han obert nous canals: Pinterests, Instagram, Eyeem...

La creació de codis QR per a alguns dels nostres esdeveniments, ha estat una de les altres innovacions d'aquest any. Alguns exemples són: Jornada Internacional de Mercats de la Mediterrània, Mercat de Mercats, o el nou infomercats, que hem renovat com a una nova eina per compartir coneixements i bones pràctiques entre els comerciants. Una important innovació d'aquest nou format ha estat, precisament, l'aplicació de codis QR que apunten directament al web "Som de Mercat", creat específicament amb aquesta finalitat i com a complement del nou infomercats.

Programes educatius

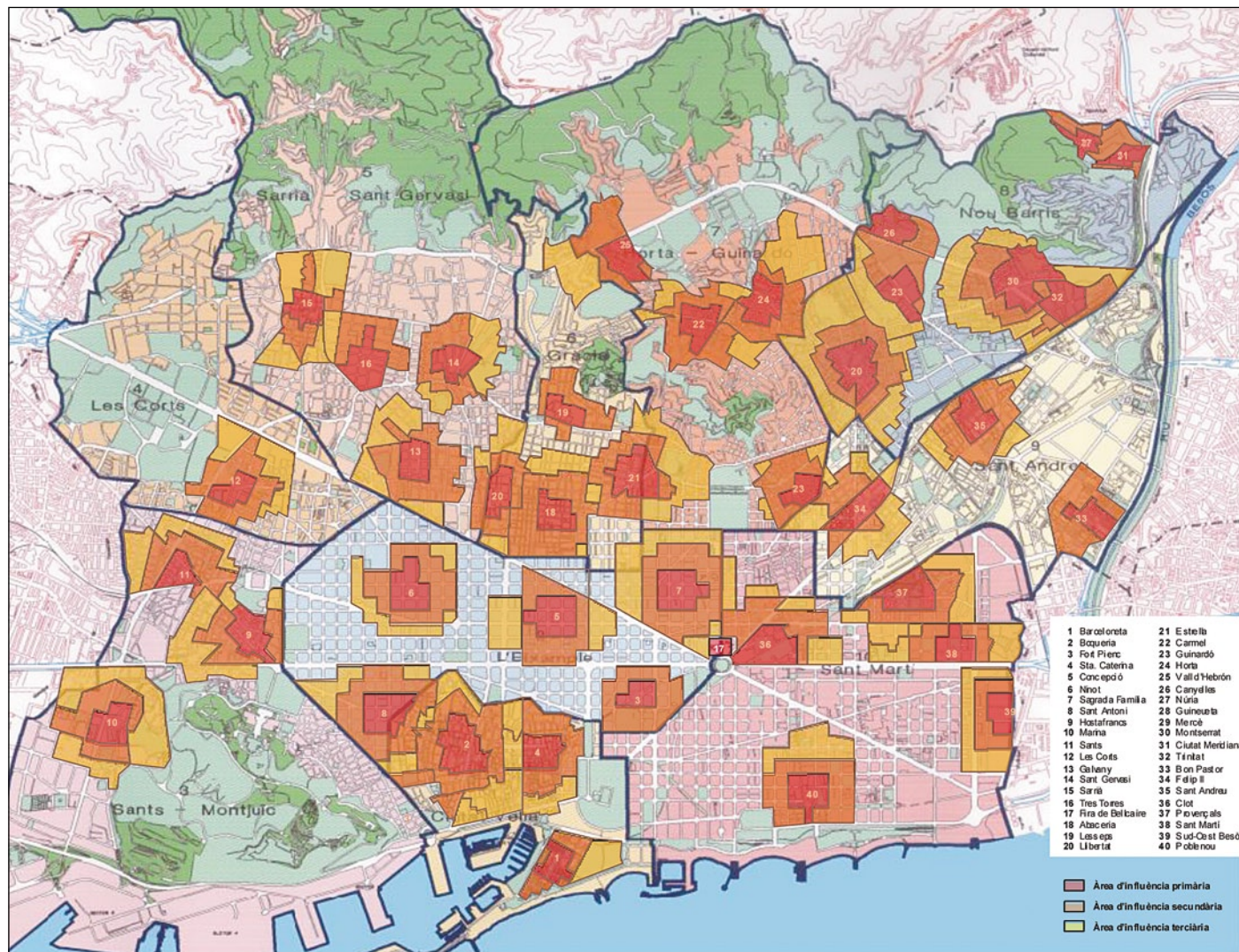
Es continua amb les activitats educatives, amb uns programes renovats el curs anterior. La participació ha estat de 4.155 alumnes de més de 100 escoles que han fet 71 visites als mercats.

Mitjans de comunicació

L'activitat dels mercats es contínuament reproduïda als mitjans de comunicació de la televisió, la ràdio, la premsa escrita, com demostren els més de 200 impactes als mitjans enregistrats i els més de 500 permisos de filmació i fotografia atorgats aquest 2012.

També s'han realitzat diferents problireportatges i inserció de publicitat als principals diaris (El Periòdico, La Vanguardia...), així com connexions de ràdio i televisió (ComRadio, BTV, TV3..), sobretot per campanyes i celebracions com Carnaval o Nadal. S'ha de fer una especial menció al reportatge "Sense Ficció" emès a TV3 sobre el Model de Mercats per la seva rellevància mediàtica. L'activitat amb més ressò el 2012 ha estat també Mercat de Mercats, amb uns 1000 impactes als mitjans.

Ubicació dels mercats municipals a Barcelona



8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

L'any 2012 continua l'expansió del comerç electrònic B2C a nivell mundial amb una facturació global estimada de 889.000 milions d'euros segons E-commerce Europe ⁽¹⁾, que suposa un increment de més del 25% respecte l'any anterior i -després de tres anys consecutius de creixement per sobre del 20%- mostra el seu gran potencial com dinamitzador de l'activitat econòmica.

En termes de grans àrees geogràfiques Europa és actualment el mercat d'e-commerce més gran del món, amb un volum de negoci al B2C de 311.600 milions d'euros el 2012 que representa una quota del mercat mundial del 35,1% i supera els 294.200 milions d'euros de la regió Nord-americana (33,6%), mentre els mercats emergents creixen amb especial dinamisme i la zona d'Àsia i Pacífic ja representa més del 25% del total.

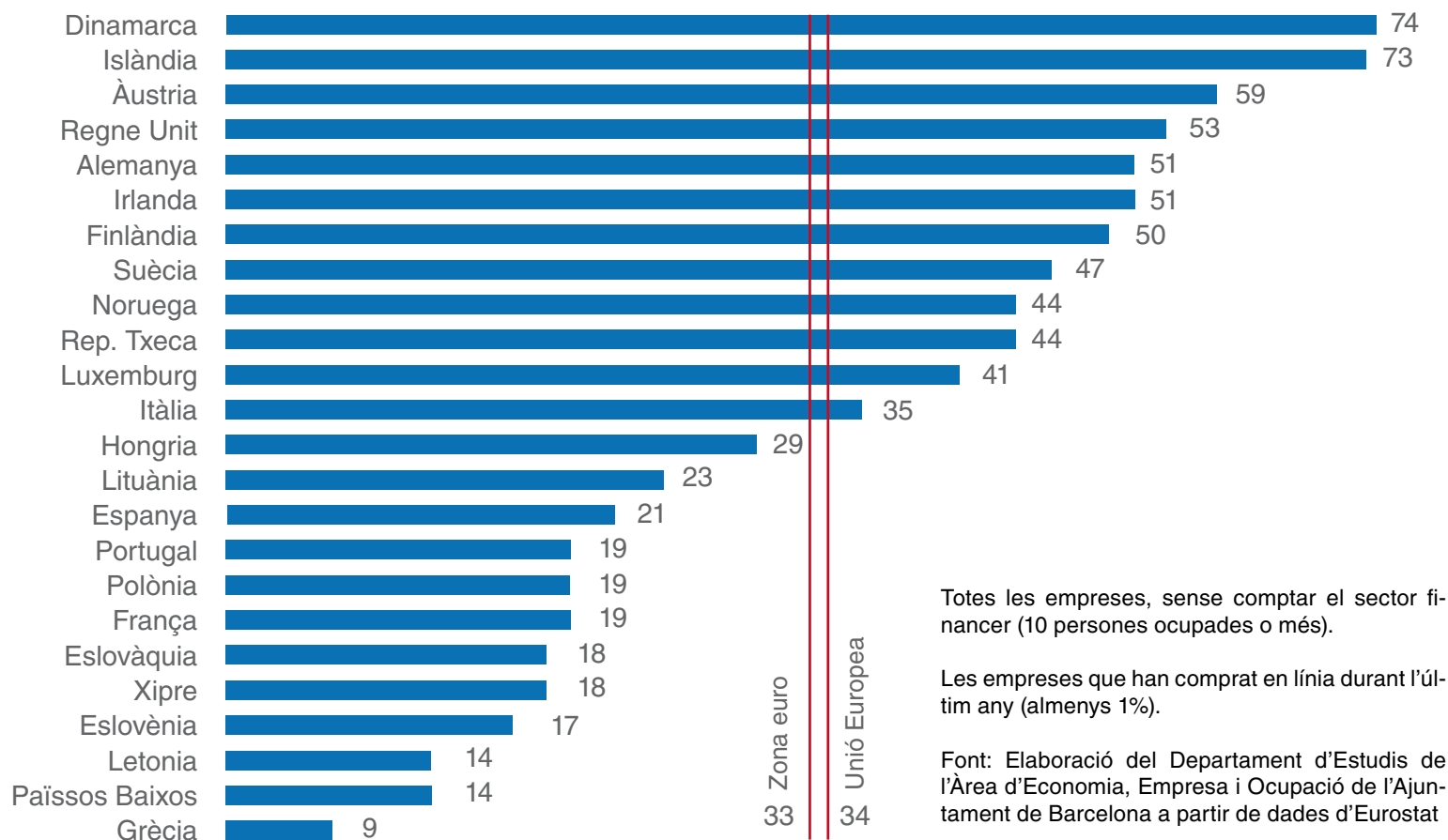
Per països el mercat mundial està dominat pels Estats Units on, segons estadístiques del U. S. Census Bureau, el comerç electrònic minorista l'any 2012 va assolir 225.500 milions de dòlars amb un increment del 15,8%, de manera que per tercer any consecutiu es va registrar un augment de dos dígit, i el B2C (Business to Consumer) es va situar en el 5,2% del valor total de les vendes al detall -0,5 punts percentuals més que el 2011-.

Malgrat aquesta tendència expansiva pel que fa a les dades globals del B2C, segons dades d'Eurostat a la Unió Europea el percentatge d'empreses que compra per Internet va ser del 34% l'any 2012 -un punt menys que l'any anterior i tres que el 2010-, fet que mostra una certa frenada de l'ús empresarial de l'e-commerce per l'efecte de la inestabilitat econòmica global. De tota manera, pel que fa a les vendes la mitjana europea augmenta un punt percentual i se situa en el 16% i el volum de facturació generat per aquest canal segueix creixent.

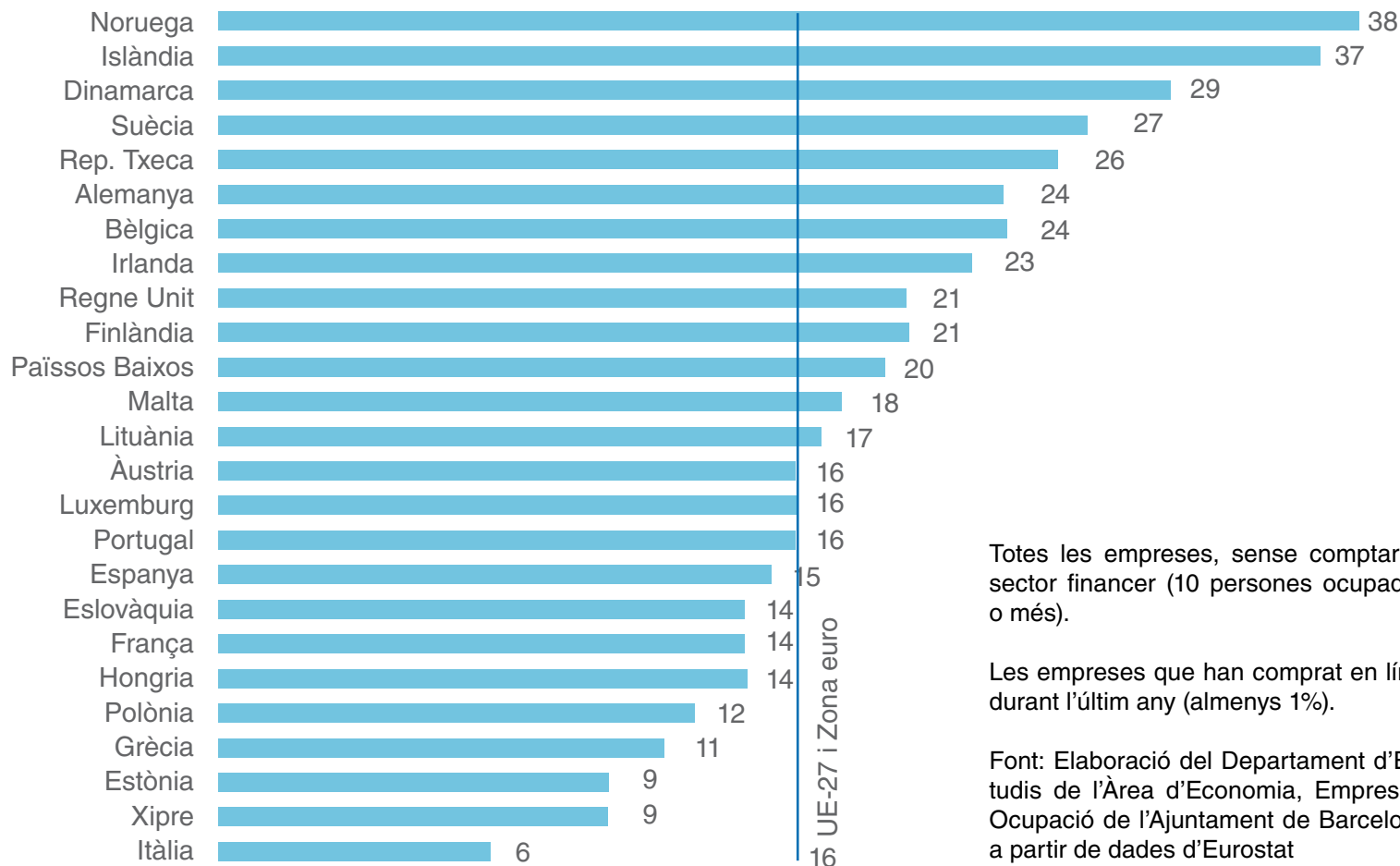
Respecte a les compres, com és habitual, els països escandinaus i del centre d'Europa mostren percentatges d'ús de l'e-commerce clarament més elevats que la mitjana europea: Dinamarca assolix el lideratge amb un 74% que utilitzen aquest canal, seguida d'Islàndia (73%), Àustria (59%) i el Regne Unit (53%), que juntament amb Alemanya, Irlanda i Finlàndia conformen el grup de països on més de la meitat de les empreses compren per Internet. Pel que fa a l'evolució respecte a 2011, entre els països capdavaners destaquen els creixements percentuals d'Itàlia (+8 punts percentuals), Dinamarca i el Regne Unit (+3 punts) i Irlanda i Finlàndia (+2 p.p.).

⁽¹⁾ Organització d'empreses i associacions professionals del sector. Veure ECOMMERCE EUROPE, Europe B2C E-commerce Report 2013.

% d'empreses europees que han comprat per Internet i/o altres xarxes diferents d'Internet, al 2012



% d'empreses que venen per Internet i/o xarxes diferents d'internet. al 2012



Totes les empreses, sense comptar el sector financer (10 persones ocupades o més).

Les empreses que han comprat en línia durant l'últim any (almenys 1%).

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades d'Eurostat

Pel que fa a les vendes, Noruega -com els dos anys anteriors- encapçala la llista amb més d'una tercera part d'empreses que venen per Internet (38%), seguida d'Islàndia (37%), Dinamarca, Suècia i la República Txeca (amb registres compresos entre el 25 i el 30%). La majoria dels deu primers països que encapçalen el rànquing experimenten un augment d'aquest indicador respecte a 2011, amb les excepcions de Bèlgica, la República Txeca i Irlanda (on es manté estable).

Pel que fa a Espanya, segons Eurostat l'any 2012 els percentatges d'empreses que compren i venen on line (21 i 14%, respectivament) queden per sota de les mitjanes respectives de la Unió Europea (en 13 i 2 punts percentuals, respectivament) i de la zona Euro (en 12 i 2 punts, respectivament).

Comerç electrònic de les empreses a Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística ⁽¹⁾, en el període 2012-2013 prop de la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 22,6%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 182.946,9 milions d'euros, el que representa un 20,3% de les compres totals i prop de la meitat (el 45,3%) de les realitzades pel grup d'empreses que fan adquisicions per correu electrònic.

Per grans sectors econòmics, els serveis assoleixen el major percentatge d'empreses usuàries de l'e-commerce (26% del total, front al 19% de la indústria- amb un augment de més de 3 punts percentuals respecte a 2011- i el 16,6% de la construcció) i generen la meitat de la seva facturació (50,6%), mentre que la indústria representa el 48,8% -augmentant també el seu pes en prop de 6 punts percentuals- i la construcció el 0,5%.

Pel que fa a les vendes, un 14,4% d'empreses utilitzen el canal on line, que a Espanya genera un volum de negoci de 183.109,7 milions d'euros i representa el 14% del total de vendes i prop de la tercera part de les de les empreses que utilitzen el canal electrònic (32,2%) un pes inferior al que té sobre les compres (40,5%). Així doncs, tot i que el nombre d'empreses que venen per comerç electrònic és inferior al de les que compren, el valor econòmic d'aquestes vendes supera el de les compres tal com ja va succeir l'any anterior.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

El comerç electrònic a les empreses* espanyoles, 2012-2013

Compres per comerç electrònic

| | % d'empreses que compren per comerç electrònic | Volum de compres comerç electrònic (milers euros) | Pes del comerç electrònic s/total de compres | % compres de com. elect. s/total de compres empreses que compren p. com. elect. |
|------------------------|---|--|---|---|
| Sector econòmic | | | | |
| Indústria | 19,0 | 89.315.221 | 21,6 | 45,4 |
| Construcció | 16,6 | 993.728 | 2,1 | 8,9 |
| Serveis | 26,0 | 92.637.939 | 21,0 | 47,3 |
| Total empreses | 22,6 | 182.946.888 | 20,3 | 45,3 |

Vendes per comerç electrònic

| | % d'empreses que venen per comerç electrònic | Volum de vendes comerç electrònic (milers euros) | Pes del comerç electrònic s/total de vendes | % vendes de com. elect. s/total de vendes empreses que venen p. com. elect. |
|------------------------|---|---|--|---|
| Sector econòmic | | | | |
| Indústria | 14,1 | 111.304.011 | 18,6 | 39,0 |
| Construcció | 0,8 | 366.170 | 1,4 | 45,0 |
| Serveis | 18,2 | 71.439.562 | 11,8 | 27,7 |
| Total empreses | 14,4 | 183.109.743 | 13,7 | 32,9 |

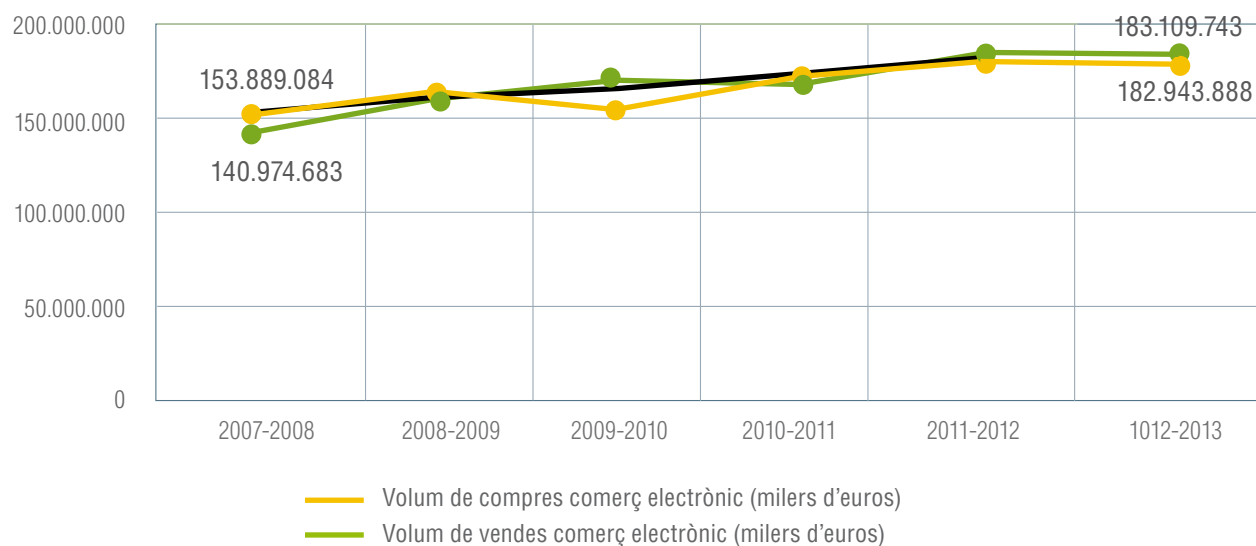
Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses

* Empreses de més de 10 treballadors

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (18,2%), seguides de la indústria (14,1%) i la construcció (0,8%, gairebé 3 punts percentuals menys que el 2011) però, en contrast amb el que succeeix en l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (el 60,8%) de la facturació total de vendes on-line i registra un volum superior al del sector terciari -que n'absorbeix el 39%-. Així mateix, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (19,3%) és clarament superior al del conjunt del terciari (10,9%).

Respecte al període anterior, el 2012-2013 el volum de compres electròniques s'estabilitza i el de vendes disminueix a l'Estat espanyol (amb variacions interanuals de -0,2% i -2,4%, respectivament), en consonància amb l'evolució general descendent del sector comercial el 2012. Tanmateix però, les xifres de compres i vendes són un 11 i un 14% superiors, respectivament, a les assolides l'any 2008, i el percentatge d'empreses que compren i/o venen per Internet es manté amb una lleugera evolució a l'alça.

Volum de compres i vendes de comerç electrònic a Espanya (milers d'euros)



Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses
* Empreses de més de 10 treballadors

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

Més d'una quarta part (25,4%) de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya han comprat per comerç electrònic el 2011-12, dada que supera en 2,9 punts percentuals la mitjana espanyola. En el cas de les vendes el percentatge d'empreses és força inferior (16,6%) però supera també el percentatge estatal en 2,4 punts percentuals.

Comerç Electrònic a Catalunya 2011-2012

| | Microempreses | Empreses amb 10 o més assalariats |
|---|----------------|-----------------------------------|
| Total empreses | 420.761 | 26.283 |
| Compres a través de comerç electrònic (%) | 11,5 | 25,4 |
| Vendes a través de comerç electrònic (%) | 1,6 | 16,6 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de FOBSIC i Idescat amb dades de l'INE

Per sectors d'activitat econòmica, la tercera part de les empreses de serveis (32,2%), el 18,2% de les de la indústria i el 14,4% de les de la construcció efectuen compres a través de comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector terciari presenta un percentatge d'empreses usuàries superior (un 23,6% del total), seguit de la indústria (11,5%) i -amb un registre molt més baix- la construcció (0,6%).

Comerç electrònic a Catalunya 2011-2012
Per sector d'activitat de l'empresa

% empreses amb 10 o més assalariats

| | Sector d'activitat | | |
|---|--------------------|-------------|---------|
| | Indústria | Construcció | Serveis |
| Compres a través de comerç electrònic (%) | 18,2 | 14,4 | 32,2 |
| Vendes a través de comerç electrònic (%) | 11,5 | 0,6 | 23,6 |

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de FOBSIC i Idescat amb dades de l'INE

La facturació total de les compres per Internet de les empreses de 10 o més assalariats de Catalunya ha estat de 26.314,3 milions d'euros el 2011, el que equival al 13,7% de les compres totals i el 34,6% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal. Les empreses industrials concentren més de la meitat de les compres electròniques amb 14.060,1 milions d'euros que representen un 16,6% de les compres totals del sector i més d'una tercera part (37,1%) de les compres de les empreses que fan compra electrònica, mentre que entre les empreses dels serveis –amb 11.513,7 milions de compra per Internet- el valor d'aquests indicadors se situa en el 11,7% i el 32,9%, respectivament.

Compres a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2011-2012
Segons el pes que representen les compres a través de comerç electrònic i sector d'activitat

| | Compres per comerç electrònic (milers d'euros) | Sobre les compres totals (%) | Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%) |
|--------------------|---|-------------------------------------|---|
| Indústria | 14.060.103 | 16,6 | 37,1 |
| Construcció | 740.418 | 8,3 | 22,6 |
| Serveis | 11.513.742 | 11,7 | 32,9 |
| Total | 26.314.264 | 13,7 | 34,6 |

Font: Elaboració del Departament d'Estadística de l'Ajuntament a partir de dades de l'Idescat i FOBSIC.

Per últim, la construcció presenta dades més moderades amb 740,4 milions d'euros de compra electrònica, un 8,3% del total i un 22,6% entre les empreses que compren pel canal electrònic.

Vendes a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2011-2012.
Segons el pes que representen les vendes a través de comerç electrònic i sector d'activitat.

| | Vendes per comerç electrònic (milers d'euros) | Sobre les compres totals (%) | Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%) |
|--------------------|--|-------------------------------------|---|
| Indústria | 22.526.865 | 18,7 | 42,7 |
| Construcció | 42.696 | 0,3 | 15,7 |
| Serveis | 17.881.482 | 13,1 | 33,9 |
| Total | 40.451.043 | 14,9 | 38,2 |

Font: Elaboració del Departament d'Estadística de l'Ajuntament a partir de dades de l'Idescat i FOBSIC.

Pel que fa a les vendes, la facturació supera la de les compres electròniques –tal com succeeix a Espanya- i assoleix 40.451,0 milions d'euros. Per sectors, la indústria ocupa el primer lloc tant pel que fa al volum de venda –amb 22.526,9 milions i un 55,7% del total facturat pels tres sectors-, com pel percentatge de vendes que s'hi realitzen per aquest canal (18,7%) i el pes que representen aquest tipus de vendes entre les de les empreses que venen per comerç electrònic (42,7%). Les empreses de serveis facturen 17.881,5 milions d'euros, el que representa un 13,1% de les vendes totals dels serveis i un terç (33,9%) de les de les empreses que utilitzen aquest canal de venda. La construcció presenta novament els indicadors més discrets: ha venut 42,7 milions d'euros, un 0,3% del total facturat pel sector i un 15,7% de les vendes d'empreses que venen per Internet.

Comerç electrònic a Catalunya 2011-2012 Per dimensió de l'empresa

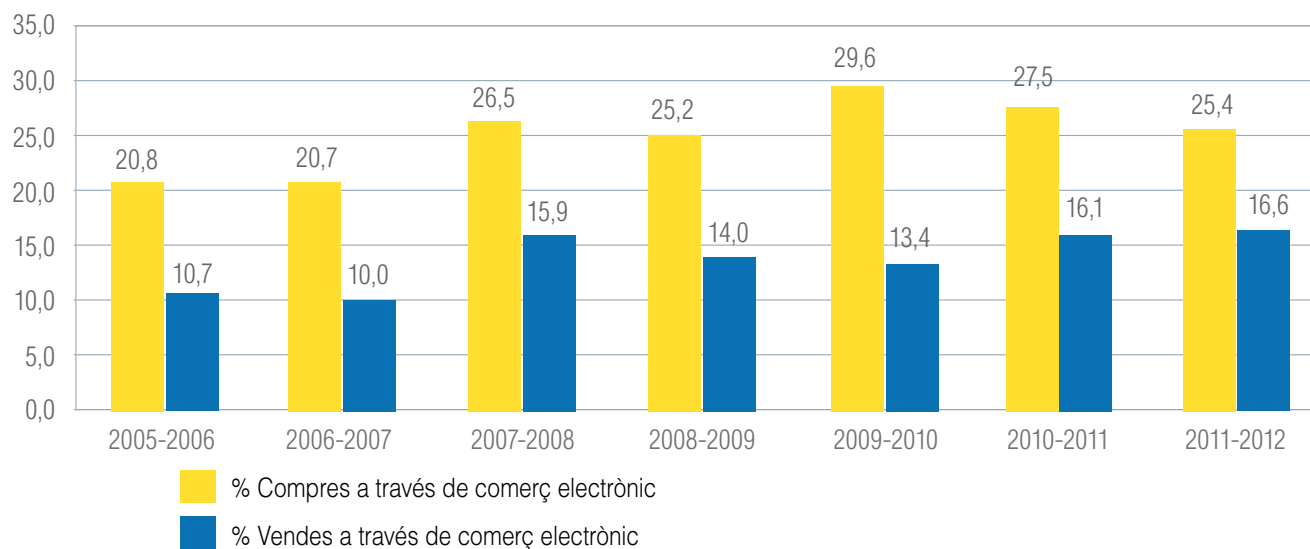
| | Dimensió de l'empresa | | | | Empreses amb 10 o més assalariats |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|----------------------|-----------------------------------|
| | Microempreses | De 10 a 49 ocupats | De 50 a 249 ocupats | De 250 ocupats o més | |
| Total empreses | 420.761 | 21.987 | 3.680 | 616 | 26.283 |
| Compres per comerç electrònic (%) | 11,5 | 23,0 | 36,5 | 44,7 | 25,4 |
| Vendes per comerç electrònic (%) | 1,6 | 14,4 | 26,4 | 39,4 | 16,6 |

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE.

L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa: així, entre les empreses de més de 250 ocupats el percentatge d'ús d'aquest canal per a comprar assoleix un remarcable 44,7%, dada que s'apropa al nivell d'ús per les empreses dels primers països del rànquing europeu. Més d'un terç les empreses mitjanes de 50 a 249 ocupats (36,5%) i prop de la quarta part de les de 10 a 49 ocupats (23%), fan també adquisicions per mitjans electrònics mentre que entre les microempreses només un 11,5% utilitza la compra on-line.

Finalment, en l'evolució de l'ús del comerç electrònic per part de les empreses de més de 10 treballadors a Catalunya es constata que el 2011-2012 representa un màxim històric en el percentatge d'empreses que venen per aquest canal, que resulta 5,9 punts percentuals superior al de l'any 2005. Per contra, el percentatge d'empreses que compren per Internet es redueix per segon any consecutiu, tot i que des de l'any 2005 ha registrat un augment del 4,6%.

Compra i venda electrònica en empreses amb 10 assalariats o més a Catalunya



Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE.

Comerç electrònic a les Ilars de Catalunya

L'any 2012, 1.944.805 catalans –el 36% de la població de 15 a 74 anys- han comprat per Internet, la qual cosa suposa un increment del 2,1% respecte l'any anterior, segons el que es desprèn de les dades que publica l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les Ilars de Catalunya.

El col·lectiu masculí segueix encapçalant les compres per Internet (52,4%), tot i que la diferència amb el pes del femení (47,6%) es redueix a 4,8 punts percentuals, de manera que es reprèn la tendència a la reducció del diferencial entre sexes dels primers anys d'ús d'aquest canal. Per edats, la població entre 25 i 44 anys absorbeix el 57,4% de les compres. D'altra banda, els consumidors on-line són en gran majoria de nacionalitat espanyola (92,6%), si bé el percentatge d'estrangers usuaris (7,4%) experimenta un lleuger augment (+0,4%) respecte l'any anterior.

Perfil dels compradors per internet a Catalunya. 20012

| | | Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos | Pes s/ el total (en %) |
|------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------------|
| Sexe | Home | 1.019.133 | 52,4 |
| | Dona | 925.672 | 47,6 |
| Edat | De 16 a 24 | 285.009 | 14,7 |
| | De 25 a 44 | 1.115.406 | 57,4 |
| | De 45 a 64 | 487.052 | 25,0 |
| | De 65 a 74 | 57.338 | 2,9 |
| | | | |
| Per nacionalitat | Espanyola | 1.801.784 | 92,6 |
| | Estrangera | 143.020 | 7,4 |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 61.592 | 3,2 |
| | 1a etapa d'educació secundària | 258.611 | 13,3 |
| | 2a etapa d'educació secundària | 593.998 | 30,5 |
| | Formació professional superior | 237.702 | 12,2 |
| | Educació superior universitària | 792.902 | 40,8 |
| Per situació laboral | Ocupat/ada | 1.394.692 | 69,7 |
| | Treballador per compte aliè | 1.100.830 | 56,6 |
| | Treballador per compte propi | 253.862 | 13,1 |
| | No treballador | 690.112 | 30,3 |
| | Aturat/ada | 302.983 | 15,6 |
| | Estudiant | 161.583 | 8,3 |
| | Feines de la llar | 38.975 | 2,0 |
| | Pensionista | 76.046 | 3,9 |
| | Una altra situació laboral | 10.525 | 0,5 |
| CATALUNYA | | 1.944.805 | 100 |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que més recorre a les compres on-line (40,8% del total). Les dades mostren també que més de dues terceres parts dels compradors són ocupats (69,6%), dels quals un 81,3% treballen per compte aliè. Entre els no treballadors, el col·lectiu d'aturats (51,3%) supera el d'estudiants en la compra per Internet (27,4% del total). Els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assolixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Quant als tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats amb un 52,6% dels compradors –percentatge superior en 0,9 p.p. al de 2011-, seguits de les entrades a espectacles (44%) –amb un descens interanual de més de 3 p.p.-, i en menor mesura la roba i material esportiu i el material informàtic (26,6 i 16,4% respectivament). Els productes amb menys requesta on-line són les accions, assegurances i altres serveis financers i els medicaments.

El percentatge d'adquirents masculí supera clarament el femení en material informàtic, equipament electrònic, jocs d'ordinador i vídeocònsoles, vídeos i música i roba i material esportiu. En canvi, el col·lectiu femení supera el masculí en l'adquisició de viatges i allotjament de vacances, compra d'entrades per espectacles, llibres i diaris i productes alimentaris. Per situació laboral, entre els ocupats predominen les compres de viatges i allotjaments seguides de les entrades d'espectacles, mentre que l'ordre s'inverteix en el cas dels aturats i, especialment, dels estudiants que assolixen un alt percentatge en la compra d'entrades per espectacles (43,4%). Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres electròniques en productes vinculats al lleure com són les entrades a espectacles (49,5%) i els viatges i allotjaments (40,4%), que són també els apartats més rellevants en el segment dels pensionistes (amb percentatges del 39,6 i 43,2%, respectivament).

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2012

En percentatge sobre el total de compradors

| | | Productes per a la llar | Vídeos o música | Llibres, revistes, etc. | Roba o material esportiu | Jocs d'ordinador i vídeo consoles | Altres programari d'ordinador | Material informàtic | ▶▶ |
|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------|--------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|------------------------|----|
| Sexe | Home | 16,2 | 12,8 | 13,2 | 27,1 | 14,7 | 10,1 | 20,6 | |
| | Dona | 18,2 | 9,1 | 14,2 | 26,1 | 6,6 | 11,0 | 11,8 | |
| Edat | De 16 a 24 | 7,1 | 15,8 | 17,3 | 36,7 | 22,3 | 7,4 | 14,6 | |
| | De 25 a 34 | 19,1 | 9,6 | 9,0 | 21,0 | 9,9 | 8,3 | 19,4 | |
| | De 35 a 44 | 23,0 | 10,9 | 12,0 | 33,4 | 8,3 | 11,9 | 20,1 | |
| | De 45 a 54 | 14,9 | 11,6 | 21,0 | 21,8 | 7,8 | 9,5 | 6,9 | |
| | De 55 a 64 | 16,7 | 9,1 | 17,0 | 14,6 | 10,2 | 20,2 | 21,7 | |
| | De 65 a 74 | 2,0 | 5,3 | 2,2 | 18,8 | 8,1 | 10,2 | 0,0 | |
| | De 75 a 84 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 8,4 | 4,8 | 0,0 | 15,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | |
| | 1a etapa d'educació secundària | 20,3 | 5,9 | 4,3 | 44,6 | 15,6 | 2,0 | 14,7 | |
| | 2a etapa d'educació secundària | 9,9 | 14,0 | 14,6 | 22,3 | 13,4 | 14,6 | 18,0 | |
| | Formació professional superior | 19,9 | 8,8 | 5,2 | 24,0 | 8,8 | 10,4 | 15,3 | |
| | Educació superior universitària | 21,4 | 11,8 | 19,6 | 25,6 | 8,8 | 11,1 | 17,4 | |
| Per situació laboral | Treballador manual | 19,6 | 11,7 | 14,7 | 27,0 | 10,8 | 11,7 | 14,0 | |
| | Treballador no manual | 15,1 | 12,0 | 17,9 | 28,9 | 12,7 | 13,3 | 30,6 | |
| | Aturat/ada | 19,5 | 12,4 | 9,1 | 22,3 | 10,1 | 5,7 | 16,1 | |
| | Estudiant | 5,4 | 6,4 | 13,2 | 33,5 | 14,9 | 6,4 | 20,1 | |
| | Feines de la llar | 12,4 | 0,0 | 0,0 | 36,8 | 0,0 | 12,4 | 0,0 | |
| | Pensionista | 8,2 | 10,4 | 13,0 | 11,1 | 5,9 | 7,5 | 8,9 | |
| | Altra situació laboral | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 38,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | |
| Catalunya | | 17,1 | 11,1 | 13,7 | 26,6 | 10,8 | 10,5 | 16,4 | |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2012

En percentatge sobre el total de compradors

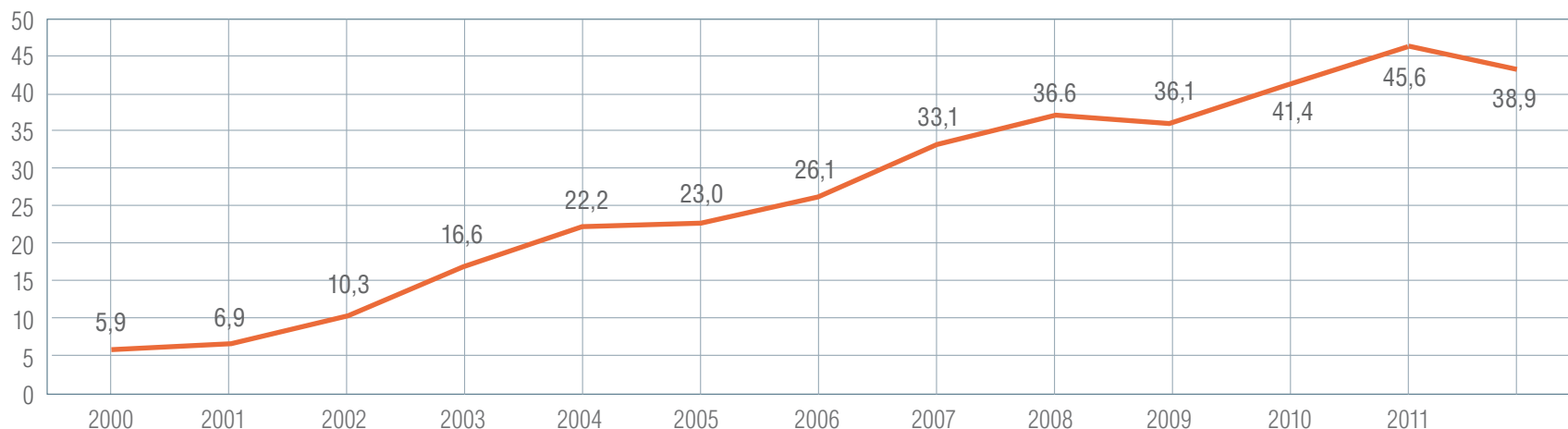
| | | ►► Equipament electrònic | Accions o valors, assegurances, etc. | Viatges o allotjament de vacances | Productes alimentaris | Entrades per a espectacles | Altres productes |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|---------------------|
| Sexe | Home | 14,5 | 6,1 | 49,4 | 9,0 | 41,6 | 18,6 |
| | Dona | 6,7 | 2,6 | 56,2 | 16,7 | 46,5 | 12,7 |
| Edat | De 16 a 24 | 6,7 | 0,0 | 48,8 | 2,8 | 51,0 | 19,8 |
| | De 25 a 34 | 13,2 | 2,3 | 58,4 | 11,7 | 53,9 | 19,5 |
| | De 35 a 44 | 11,5 | 8,0 | 51,6 | 19,0 | 34,7 | 15,0 |
| | De 45 a 54 | 11,2 | 7,2 | 47,2 | 12,5 | 37,0 | 10,3 |
| | De 55 a 64 | 5,3 | 2,4 | 64,0 | 8,9 | 46,7 | 15,3 |
| | De 65 a 74 | 13,3 | 0,0 | 28,1 | 16,0 | 45,3 | 4,0 |
| Per nivell d'educació | Educació primària | 12,2 | 0,0 | 17,0 | 15,5 | 17,0 | 19,8 |
| | 1a etapa d'educació secundària | 10,2 | 6,0 | 41,6 | 7,4 | 29,5 | 24,5 |
| | 2a etapa d'educació secundària | 11,8 | 2,7 | 46,4 | 13,3 | 45,0 | 17,7 |
| | Formació professional superior | 8,4 | 0,0 | 48,3 | 16,4 | 43,0 | 19,4 |
| | Educació superior universitària | 10,8 | 6,9 | 64,9 | 12,5 | 50,3 | 10,1 |
| Per situació laboral | Treballador manual | 10,4 | 5,9 | 60,3 | 14,8 | 45,6 | 16,5 |
| | Treballador no manual | 9,7 | 3,9 | 64,7 | 12,6 | 45,9 | 13,6 |
| | Aturat/ada | 17,2 | 2,6 | 31,0 | 11,6 | 37,8 | 21,2 |
| | Estudiant | 2,9 | 0,0 | 27,9 | 3,0 | 43,4 | 10,6 |
| | Feines de la llar | 12,4 | 2,5 | 40,4 | 15,1 | 49,5 | 0,0 |
| | Pensionista | 10,1 | 31,8 | 43,2 | 0,0 | 39,8 | 9,8 |
| | Altra situació laboral | 0,0 | 0,0 | 63,5 | 0,0 | 31,7 | 31,8 |
| Catalunya | | 10,8 | 4,5 | 52,6 | 12,6 | 44,0 | 15,8 |

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

Comerç electrònic a Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2012, el 38,9% dels barcelonins han adquirit productes per Internet, el que suposa una considerable reducció de 6,7 punts respecte a l'any anterior, en què s'havia assolit la cota més alta de compradors per aquest canal (45,6%). Aquest descens ve a estroncar l'etapa de tendència ascendent registrada des de l'inici de la sèrie l'any 2000 i que només s'havia vist frenada per la recessió el 2009 -amb una lleugera reducció de -0,5 punts-. El 2012 la proporció d'homes i dones que usen aquest canal per a la compra s'equipara en el 39% i -com ve succeint al llarg dels anys- predominen els usuaris d'edat compresa entre 16 i 44 anys i procedents dels districtes amb major nivell de renda.

Evolució de la compra per Internet a Barcelona, 2011



Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2011.

Consumidors en %

Tot i la notable dada de participació en el comerç electrònic el seu ús és encara poc intens, ja que el 74% dels enquestats compra per Internet de forma ocasional i els que ho fan setmanalment només representen el 2,8% del total, indicador lleugerament inferior al registrat l'any 2011.

Evolució de la freqüència de compra per internet a Barcelona (2005-2012)

| (%) | 2005 | 2011 | 2012 | Variación 05-12 |
|---------------------------|------|------|------|-----------------|
| Setmanalment | 3,0 | 3,1 | 2,8 | -0,2 |
| Cada dues setmanes | 1,7 | 3,3 | 2,6 | 0,9 |
| Mensualment | 13,5 | 14,5 | 12,3 | 1,2 |
| Cada dos mesos | 7,4 | 9,6 | 7,7 | 0,3 |
| Ocasionalment | 73,9 | 69,3 | 74,0 | 0,1 |

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona. desembre 2011

Per productes, els viatges segueixen erigint-se un any més com el producte més demandat, amb més de 3 de cada 10 compradors on-line (32,1%), si bé la roba i el calçat (22,4%) la informàtica i la telefonia (20,1%), les entrades d'espectacles (15,9%) i els llibres (12,9%) són altres productes àmpliament adquirits a través de la xarxa. Respecte a l'any 2005 destaca especialment el creixement de 15 punts que experimenta el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat per via electrònica.

Productes o serveis adquirits per internet a Barcelona (2005-2012)*

| (%) | 2005 | 2011 | 2012 | Variación 05-11 |
|------------------------------------|------|------|------|-----------------|
| Viatges | 36,5 | 33,1 | 32,1 | -4,4 |
| Roba, calçat | 7,4 | 23,5 | 22,4 | 15,0 |
| Informàtica i telefonia | 23,0 | 16,9 | 20,1 | -2,9 |
| Llibres | 13,5 | 14,9 | 12,9 | -0,6 |
| Entrades espectacles | 9,6 | 13,4 | 15,9 | 6,3 |
| Aliments | 13,0 | 12,5 | 9,0 | -4,0 |
| Altres productes quotidians | 3,5 | 7,7 | 5,4 | 1,9 |
| Parament de la llar | 3,5 | 7,5 | 7,5 | 1,9 |
| Música | 10,4 | 6,4 | 5,1 | -5,3 |
| Altres lleure | 9,6 | 3,1 | 1,5 | -8,1 |
| Altres | 3,0 | 1,8 | 2,8 | -0,2 |

* Dades de desembre de cada any

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum (Ajuntament de Barcelona).

A Barcelona, l'any 2011, les 20 empreses del sector del comerç on-line amb més projecció internacional van facturar més de 2.000 milions d'euros i van donar feina a més de 5.000 persones ⁽¹⁾

Amb aquest punt de partida, la creació d'un clúster estratègic del comerç electrònic a Barcelona que compta amb el recolzament de l'Ajuntament de Barcelona pretén consolidar un ecosistema potent i dinàmic al voltant de l'e-commerce. Entre els promotors hi figuren empreses que generen ocupació, gaudeixen de projecció internacional i han fet possible que avui Barcelona sigui un referent d'aquest sector al sud d'Europa. És el cas de Be Republic, Grupo ITNet, Inspirit, Edreams, Lets Bonus, Parabebés, Privalia, Necotium, Nubalia, Trovit, Ulabox, i Softonic. Es tracta doncs d'una iniciativa estratègica per a la ciutat, amb una forta interrelació amb altres sectors claus pel desenvolupament econòmic de Barcelona i la seva projecció internacional, com són la logística, el turisme, el comerç o la mobilitat.

⁽¹⁾ Dades extretes de l'estudi realitzat per Manuel Matés, cofundador del portal Olé.

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

Cal introduir una millora en la prestació de serveis en els diferents camps d'actuació, aquest ha estat un dels motius principals que ha guiat la nostra actuació. De manera que hem treballat en aquesta línia en dos fronts, un intern i l'altre extern.

En referència al front intern, hem millorat la base de dades dels nostres membres, simplificant i sistematitzant les estadístiques de la despesa dels turistes amb targeta de crèdit, així com de la devolució de l'IVA als turistes extracomunitaris, obrint un nou punt de devolució a les mateixes oficines del passatge de la Concepció (nova seu física de Turisme de Barcelona).

També en el transcurs d'aquest any, hem implantat un resum de premsa sobre comerç, que mensualment transmetem als nostres membres del Barcelona Shopping Line (BSL).

Pel que fa a l'aspecte extern, hem finalitzat els treballs de la nova plataforma digital dels nostres membres, que ha d'entrar en funcionament a primers de 2013, i que permetrà visualitzar el conjunt de botigues, així com les ofertes que individualment es vulguin introduir.

Aquest any, ha estat el del canvi d'imatge del plànol del Shopping Line, el qual hem continuat distribuint en congressos, convencions, creuers, presentacions, etc., com una eina més de divulgació i informació del nostre comerç. També hem continuat amb tracte especial per a col·lectius professionals i en els articles a revistes especialitzades realitzats per periodistes provinents de diferents països.

També s'ha portat a terme una nova edició dels premis Top 10 als millors aparadors de Barcelona, amb una distinció especial a la trajectòria de Vinçon en aquesta ocasió.

Les festes de Nadal són un punt i a part quant a la promoció internacional. Aquest any 2012, hem continuat amb una campanya on-line als països nòrdics i centreeuropeus, introduint Rússia com a novetat. L'objectiu de la campanya era captar la demanda externa i augmentar el posicionament de Barcelona com a ciutat de compres.

En aquest sentit, algunes xifres per il·lustrar la campanya: 54.850 visites exclusives a la nostra pàgina web; 3.800 derivacions a la central de reserves hoteleres; més de 6.000 fans a Facebook, i per últim, podem afirmar que hem superat amb molta diferència el que s'entén com a paràmetre de referència, un 1% de resposta, situant-nos entre l'1,30% de Noruega i el 5,34% de Rússia i, per tant, podem sentir-nos satisfets.

Cal afegir que hem col·laborat amb el programa de Gastronomia, tot oferint durant la campanya ofertes a diferents restaurants. La campanya no s'hauria pogut fer sense la contribució decisiva de l'Ajuntament de Barcelona. Per últim, si l'any anterior dèiem que havia estat un bon any, aquest podem afirmar que hem superat l'anterior xifra de la despesa en shopping, amb un increment referent a 2011 del 27,76%, i amb el 35,90% de participació sobre el total de la despesa que fa el turista amb targeta de crèdit, segons dades de Catalunya Caixa.

La despesa del turisme internacional a Barcelona

Despesa realitzada amb targeta de crèdit internacional per demarcacions al 2012

| | Establiments | Caixers (efectiu) | Total | % sb total | % var s/2011 |
|------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|------------|--------------|
| 1. Barcelona | 2.384.477.370 | 702.889.554 | 3.087.366.924 | 25,4 | 20,2 |
| 2. Madrid | 1.052.811.904 | 374.314.593 | 1.427.126.498 | 11,7 | 10,5 |
| 3. Illes balears | 853.011.323 | 257.063.211 | 1.110.074.535 | 9,1 | 14,4 |
| 4. Màlaga | 635.623.009 | 332.239.423 | 967.862.433 | 8,0 | 13,1 |
| 5. Girona | 772.736.148 | 186.709.675 | 959.445.823 | 7,9 | 4,2 |
| 6. Alacant | 483.866.068 | 344.290.850 | 828.156.919 | 6,8 | 14,1 |
| 7. Tenerife | 356.240.836 | 107.314.825 | 463.555.661 | 3,8 | 15,4 |
| 8. Gran Canària | 335.549.038 | 112.601.296 | 448.150.335 | 3,7 | 7,8 |
| 9. Tarragona | 208.730.949 | 99.504.751 | 308.235.700 | 2,5 | 11,2 |
| 10. València | 180.790.552 | 101.742.980 | 282.533.532 | 2,3 | 7,9 |
| Altres | 1.724.299.361 | 565.219.503 | 2.290.518.864 | 18,8 | 2,7 |
| Total | 8.989.136.562 | 3.183.890.666 | 12.173.027.229 | 100 | 11,5 |

Font: Dades facilitades per CatalunyaCaixa a Turisme de Barcelona

Despesa realitzada amb targeta de crèdit internacional per nacionalitat de procedència al 2012

| | Establiments | Caixers (efectiu) | Total | % sb total | % var s/2011 |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------|--------------|
| 1. França | 422.916.707 | 89.880.949 | 512.797.656 | 16,6 | 18,1 |
| 2. Itàlia | 293.688.435 | 40.773.916 | 334.462.351 | 10,8 | 39,1 |
| 3. Estats Units | 195.651.402 | 101.598.706 | 297.250.108 | 9,6 | 13,4 |
| 4. Regne Unit | 160.787.506 | 64.200.416 | 224.987.922 | 7,3 | 20,6 |
| 5. Alemanya | 128.395.281 | 46.646.731 | 175.042.012 | 5,7 | 15,7 |
| 6. Rússia | 146.687.038 | 20.333.758 | 167.020.796 | 5,4 | 53,7 |
| 7. Països Baixos | 105.444.649 | 49.908.425 | 155.353.074 | 5,0 | 8,4 |
| 8. Suïssa | 76.106.711. | 37.965.143 | 114.071.854 | 3,7 | 22,4 |
| 9. Bèlgica | 63.437.836 | 32.595.965 | 81.574.864 | 2,6 | 16,8 |
| 10. Brasil | 48.978.899 | 13.522.745 | 62.501.644 | 2,1 | 2,3 |
| Altres | 742.382.902 | 219.921.737 | 962.304.639 | 31,2 | 17,6 |
| Total | 2.384.477.370 | 3.087.366.924 | 3.087.366.924 | 100 | 20,2 |

Font: Dades facilitades per CatalunyaCaixa a Turisme de Barcelona

Despesa dels turistes amb targetes de crèdit internacionals per sectors al 2012

| | 1r. Trim. | Incr.(%) | 2n Trim. | Incr.(%) | 3r. Trim. | Incr.(%) | 4t. Trim. | Incr.(%) | Total 2012 | In 12/11(%) |
|---------------------------------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|---------------|-------------|
| Comerç | 153.758.906 | 34,7 | 225.451.487 | 33,6 | 272.468.042 | 25,88 | 204.367.586 | 19,73 | 856.046.022 | 27,8 |
| Restauració | 39.379.478 | 13,1 | 66.221.777 | 33,0 | 80.813.630 | 21,42 | 52.040.860 | 22,73 | 238.455.745 | 19,7 |
| Hotels | 95.762.420 | 7,3 | 153.724.862 | 6,6 | 177.423.462 | 8,26 | 111.059.399 | 14,05 | 537.970.145 | 8,8 |
| Transport / Automoció | 76.443.922 | 45,5 | 120.685.078 | 100,0 | 155.543.772 | 45,60 | 91.846.449 | 46,79 | 444.519.221 | 49,3 |
| Oci / Cultura | 15.330.884 | 29,5 | 21.319.334 | 25,3 | 28.547.574 | 28,70 | 15.964.751 | 11,17 | 81.162.543 | 24,1 |
| Serveis | 38.898.779 | 42,8 | 48.843.084 | 30,2 | 58.009.151 | 35,74 | 44.427.722 | 24,73 | 190.178.737 | 32,9 |
| Altres | 13.270.948 | 7,4 | 6.817.902 | 18,0 | 7.725.949 | 14,63 | 8.830.149 | 27,54 | 36.144.949 | 15,1 |
| TOTAL | 432.845.341 | 26,5 | 643.063.525 | 27,5 | 780.531.583 | 24,81 | 528.036.920 | 22,93 | 2.384.477.362 | 25,4 |
| Participació s/ total 2012 (%) | 18,2 | | 27,0 | | 32,7 | | 22,1 | | | |

Despesa dels turistes amb targeta de crèdit internacional per tipus d'establiments de comerç a l'any 2012

| Tipus comerç | import operació | % s/total | % va | ▶▶ |
|------------------------------|-----------------|-----------|------|----|
| 1 textil | 159.246.124 | 23,6 | 12,8 | |
| 2 cadena de botigues | 143.330.481 | 21,2 | 26,9 | |
| 3 vendes per correspondència | 78.993.405 | 11,7 | | |
| 4 vendes al detall | 49.256.730 | 7,3 | -5,5 | |
| 5 supermercats | 37.230.734 | 5,5 | 31,4 | |
| 6 bazars, regals | 34.229.167 | 5,1 | 19,8 | |
| 7 joieria i rellotgeria | 33.957.503 | 5,0 | 60,5 | |
| 8 sabateries | 31.203.951 | 4,6 | 13,3 | |
| 9 llibres / discos | 16.883.686 | 2,5 | 15,3 | |
| 10 fotografia | 11.600.063 | 1,8 | 30,2 | |
| 11 joguines, esports | 11.183.589 | 1,7 | 44,4 | |
| 12 electrodomèstics | 9.276.870 | 1,4 | 12,0 | |
| 13 mobles, antiguitats | 7.854.212 | 1,2 | 12,0 | |
| 14 marroqui. Art viatge | 7.555.391 | 1,1 | 37,5 | |
| 15 farmacies | 7.516.311 | 1,1 | 23,8 | |
| 16 exped. tabacs | 7.024.038 | 1,0 | 15,5 | |
| 17 drogueries / perfum. | 5.227.883 | 0,8 | 30,7 | |
| 18 menatge de la llar | 4.837.329 | 0,7 | 28,7 | |
| 19 ferreteries / bricolatge | 3.016.142 | 0,4 | 17,9 | |
| 20 accessoris / recanvis | 2.347.784 | 0,3 | 19,8 | |

| Tipus comerç | import operació | % s/total | % va |
|-------------------------------|-----------------|-----------|-------|
| 21 pel·leteries | 1.899.005 | 0,3 | 17,5 |
| 22 gran magatzem | 1.418.698 | 0,2 | -3,3 |
| 23 venda d'equips telef | 1.353.136 | 0,2 | 17,2 |
| 24 optiques | 1.295.688 | 0,2 | 17,6 |
| 25 pell (excepte pel·leteria) | 1.270.897 | 0,2 | 6,6 |
| 26 flors i plantes | 1.264.131 | 0,2 | 20,8 |
| 27 decoració arquít | 1.033.436 | 0,2 | 37,1 |
| 28 instruments musicals | 829.371 | 0,1 | 25,2 |
| 29 filatelia / numism | 701.822 | 0,1 | 91,0 |
| 30 vendes a domicili | 667.737 | 0,1 | -34,7 |
| 31 herbolaris, paraf | 591.282 | 0,1 | 29,8 |
| 32 botiga de llaminadures | 444.239 | 0,1 | 79,6 |
| 33 alimentació manual | 244.468 | 0,0 | 35,6 |
| 34 tapisseries / alfombres | 147.424 | 0,0 | -5,5 |
| Total comerç especialitzat | 674.932.744 | 100 | 33,3 |

Font: Dades facilitades per CatalunyaCaixa a Turisme de Barcelona.

Nacionalitats dels compradors estrangers que han sol·licitat la devolució de l'IVA

| Nacionalitats 2011 | Visitants | Nacionalitats 2012 | Visitants |
|---------------------------|------------------|---------------------------|------------------|
| Rússia | 973 | Russia | 5.023 |
| Brasil | 471 | Xina | 1.012 |
| Israel | 336 | Estats Units | 607 |
| Estats Units | 286 | Singapur | 553 |
| Xina | 263 | Japó | 382 |
| Singapur | 212 | Brasil | 244 |
| Argentina | 172 | Hong Kong | 232 |
| Japó | 144 | Taiwan | 214 |
| Mèxic | 142 | Argentina | 200 |
| Canadà | 138 | Israel | 206 |
| TOTAL | 3.137 | TOTAL | 8.673 |

2013



10. TENDÈNCIES 2013

El comerç constitueix una de les principals activitats econòmiques generadores de llocs de treball a Barcelona, però també cal destacar-ne la contribució social, urbana i territorial.

El 31 de maig de 2013 el Consell Plenari de l'Ajuntament de Barcelona va aprovar el Pla d'impuls i suport al comerç de Barcelona.

El Pla inclou 43 mesures i 179 actuacions que aposten per seguir consolidant un model comercial de proximitat, professional, amb diversitat d'oferta comercial, plural, dinàmic i innovador.

Convé destacar alguns aspectes d'aquest pla:

- Vol contribuir a assentar les bases i els mecanismes per reforçar el dinamisme, la innovació i l'adaptació permanent en el món del comerç, apostant per l'emprenedoria, reforçant el coneixement i la formació dels comerciants, promovent una adaptació permanent de la normativa per donar una resposta ràpida a les necessitats i prioritats de cada moment del món del comerç.
- Vol contribuir a assentar les bases per establir una interrelació entre el comerç i altres activitats (turisme, cultura, tecnologies mòbils, moda, disseny, etcètera) que permetin captar i capitalitzar al màxim la despesa associada a aquests sectors. Promou el reforç del model associatiu i participatiu del món del comerç que s'ha impulsat a Barcelona, que ha esdevingut un model singular, únic i reconegut, i que ha permès consolidar un model comercial de proximitat. S'impulsa i es reforça el Fòrum Ciutat i Comerç com a òrgan participatiu.
- Preveu mecanismes per avaluar el retorn de les inversions, subvencions i ajuts provinents de fons públics.

Entre les actuacions concretes, destaca el desenvolupament de plans comercials de districtes, el reconeixement del comerç, el reforç del programa de la campanya de Nadal, la promoció de l'expansió internacional de les empreses locals, un pla per promoure l'ocupació de locals buits, ajuts a les obres de llarga durada, un pla de suport al comerç emblemàtic i al comerç solidari, impuls a la formació, i la qualitat i millora de la competitivitat dels mercats.

L'horitzó temporal d'aplicació del pla és de tres anys (des del maig del 2013 fins al maig del 2016), tot i que moltes mesures tenen vocació de continuïtat en el temps. Més informació a www.bcn.cat/comerç

10.1. OCUPACIÓ AL COMERÇ

Les dades disponibles més recents -corresponents al primer semestre de 2013- indiquen que l'afiliació al comerç evoluciona pitjor que la del conjunt de la ciutat (amb reduccions interanuals del -2,6 i -1,8%, respectivament) i mantenen la mateixa tendència de resultats més favorables a la branca minorista. Així el comerç al detall es manté a la mitjana de Barcelona tant pel que fa a la variació dels assalariats com als autònoms, mentre que l'engròs experimenta descensos més acusats que el promig –amb diferències de més de dos punts percentuals- als dos règims d'afiliació.

Variació interanual (2n trimestre 2013/ 2n trimestre 2012)

| | Règim General | Variació (%) | Autònoms | Variació (%) | TOTAL | Variació (%) | Pes del sector (%) |
|------------------------------------|----------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|--------------------|
| | 2n trim. 2013 | Interanual | 2n trim. 2013 | Interanual | 2n trim. 2013 | Interanual | s/Barcelona |
| Comerç majorista | 44.139 | -4,10 | 8.592 | -3,30 | 52.731 | -3,97 | 5,63 |
| Comerç minorista | 70.577 | -1,81 | 16.956 | -1,19 | 87.533 | -1,69 | 9,35 |
| Total comerç (sense repar.) | 114.716 | -3,00 | 25.548 | -1,91 | 140.264 | -2,56 | 14,98 |
| Total sectors de Barcelona | 826.555 | -1,79 | 109.898 | -1,73 | 936.453 | -1,78 | |

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

10.2. FACTURACIÓ

Les dades sobre el primer semestre de 2013 reflecteixen que la facturació del comerç minorista manté una tendència descendent, amb una reducció interanual del -5% a Catalunya i el -4,9% a Espanya. De tota manera, a tots dos àmbits territorials el retrocés d'aquest indicador es modera al segon trimestre, fins assolir el juny un registre molt similar al del mateix mes de l'any anterior.

10.3. CENTRES DE COTITZACIÓ

Les dades referides al primer semestre de 2013 mostren resultats força similars als de tancament de 2012. Així, el primer semestre de 2013 el nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona disminueix respecte al mateix període de 2012 (-1,8%) com a resultat d'un descens en ambdues branques -més pronunciat a la majorista (-3,6%) que a la minorista (-0,9%)-, i experimenta una reducció lleugerament més suau que la del conjunt de l'economia de la ciutat (-2,0%).

Variació interanual (2n trimestre 2013 / 2n trimestre 2012)

| | 2n trimestre 2013 | Variació en nombre | Variació en % | Pes s/total comerç 2012 (%) |
|----------------------------|----------------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|
| Comerç a l'engròs | 5.242 | -196 | -3,6 | 33,2% |
| Comerç al detall | 10.542 | -97 | -0,9 | 66,8% |
| Total comerç | 15.784 | -293 | -1,8 | 100,0% |
| Total sectors de Barcelona | 69.517 | -1.392 | -2,0 | |

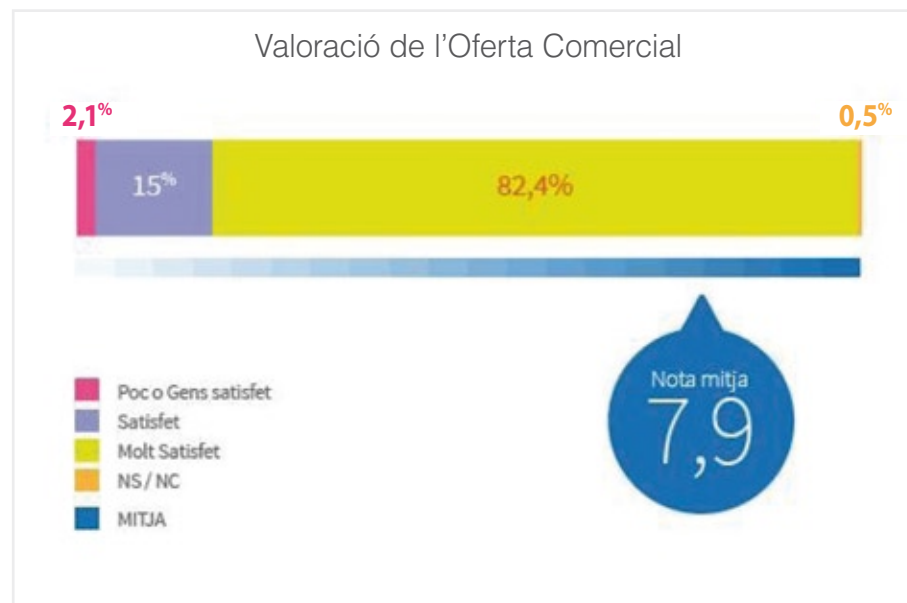
Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

10.4 VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

Mesura 1.A.2 del **Pla d'impuls i suport al comerç**, emmarcat en la creació del Banc del Coneixement, les enquestes es duen a terme amb la finalitat d'obtenir dades del sector comercial, des d'una visió del comerciant i de la ciutadania.

De l'òmnibus municipal 2013 es desprèn una bona sintonia entre ciutadà/na i comerciant. L'oferta comercial, els horaris comercials i l'atenció rebuda continuen una tendència estable i molt favorable.

Grau de satisfacció

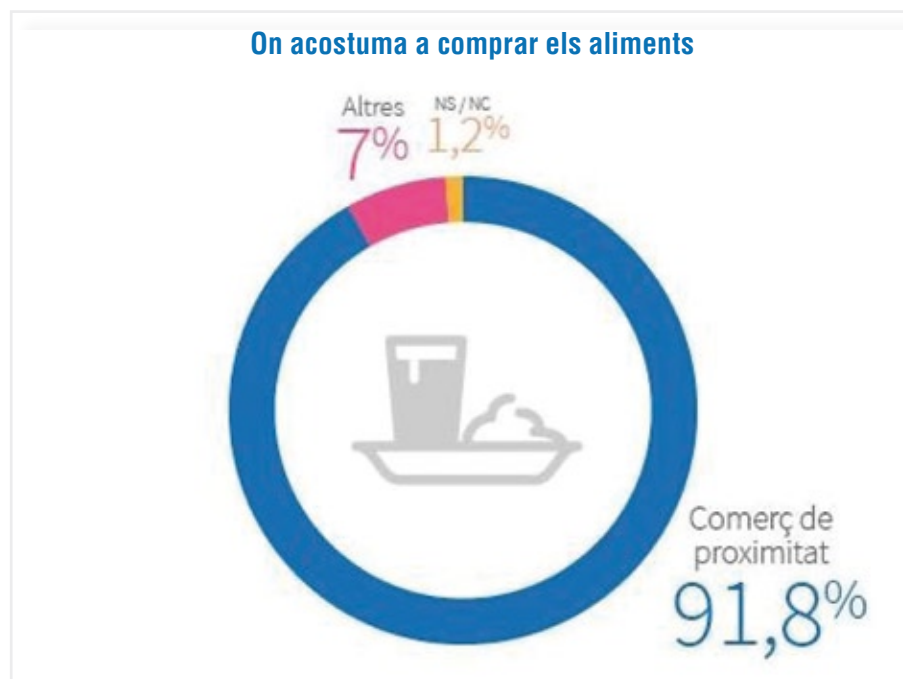




Al primer trimestre 2013, l'oferta comercial es valora a Barcelona amb una nota mitjana de 7,9. En concret, el 82,4% n'està molt o bastant satisfet, el 15,0% està satisfet i el 2,0% poc o gens.

Respecte als horaris comercials, la valoració és d'un 7,9 i en detall, el 84,6% està molt satisfet, el 12,5% satisfet i un 2,6% poc o gens satisfet.

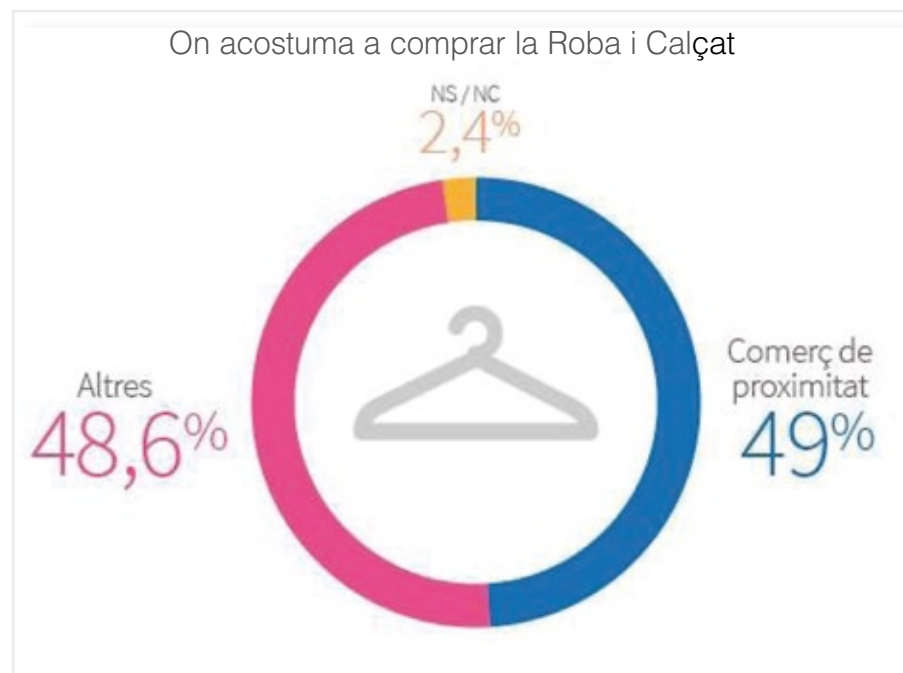
Hàbits de compra



Els barcelonins entrevistats acostumen a comprar els aliments al comerç de proximitat (91,8%), en concret, un 64,0% al supermercat, un 15,4% al mercat municipal i un 12,4% a les botigues de barri o especialitzades.

El 39,7 dels barcelonins continua comprant l'**alimentació fresca**, al Mercat Municipal, mentre que el 29,3% compra al supermercat i el 27,6% a les botigues de barri o especialitzades.

Per comprar **altres productes d'ús quotidià** la majoria prefereix al supermercat, un 77,1%, tendència creixent des de l'any 2010.

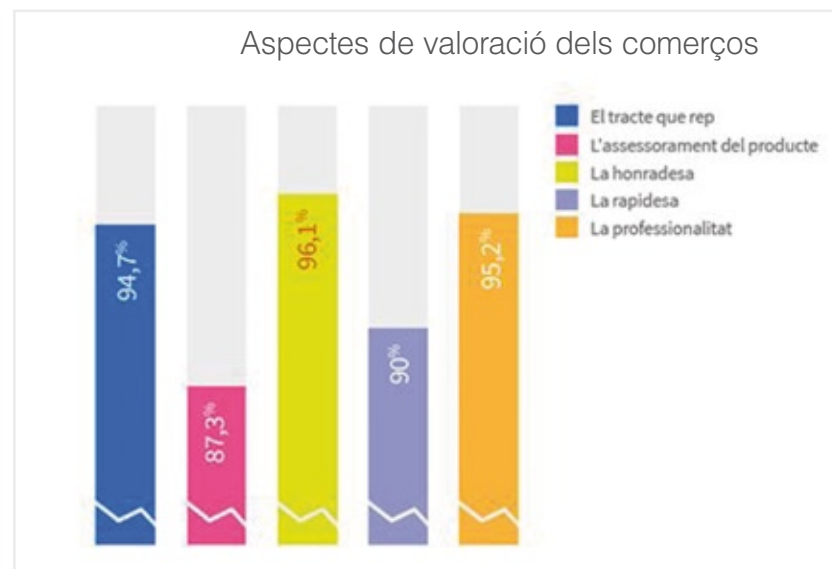


La **roba i el calçat** es compra principalment a la botiga especialitzada (49%), mentre que el 36,5% ho fa als centres comercials i el 10,2% als grans magatzems.

La compra de productes de **parament de la llar** es fa principalment en botigues de barri o especialitzades (49,8%), manté una tendència estable, seguit de centres comercials (21,6%) i el gran magatzem (20,8%).

Quan a la compra de **productes d'oci i cultura** continua acaparant les botigues de barri o especialitzades, amb un 65,9%, és menys freqüent realitzar la compra d'aquest producte als centres comercials (20,4%) i al gran magatzem (7,3%).

Valoració

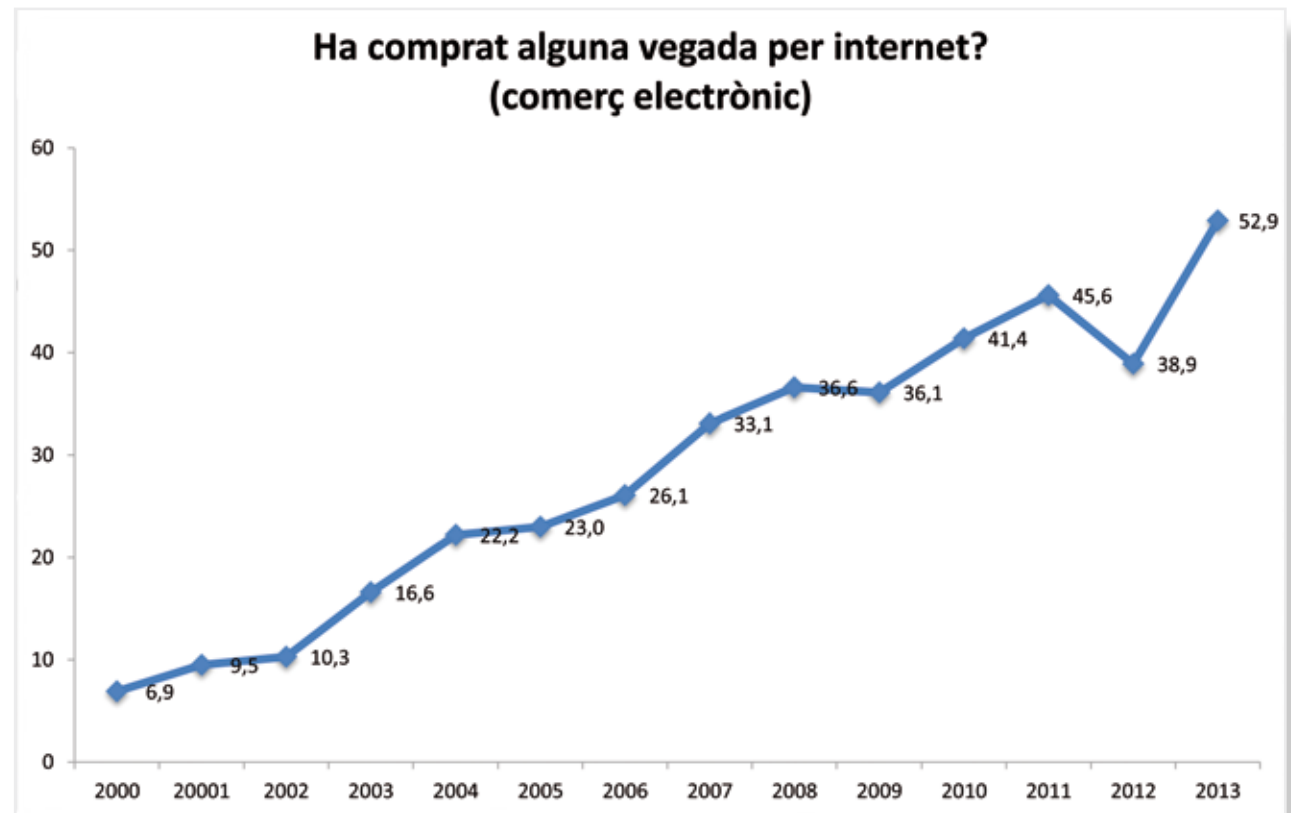


Si el grau de satisfacció de l'oferta comercial obté un notable, on se senten millor atesos els barcelonins continua sent la botiga de barri o especialitzada, amb un 51,5% , seguit dels mercats municipals, amb un 21,0%.

Ahora els aspectes més valorats per part dels compradors són l'honradesa (96,1%), la professionalitat (95,2%) i el tracte rebut (94,7%).

Comerç electrònic

Al juny del 2013, el 52,9% dels barcelonins diuen haver comprat alguna vegada per Internet, es tracte d'un augment considerable i per primer vegada se supera el 50%.



10.5. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

a. Impuls a la formació i la qualitat

Mesura 2.C.3. del PISC. La Regidoria de Comerç, Consum i Mercats a través de Barcelona Activa ha posat en marxa un pla formatiu per contribuir a una major professionalització del comerç de proximitat.

Des de que es va posar en marxa el mes de març 2013, la participació ha estat de més de 600 comerciants que, a través de més de 150 càpsules gratuïtes, han pogut gaudir d'una àmplia oferta formativa pensada per al comerç i els serveis de proximitat. La mitjana de participació és de 3 càpsules per comerciant. La difusió feta pels eixos i les associacions dels comerciants ha estat decisiva per a la comunicació de l'existència d'aquest nou recurs per al comerç de la ciutat.

Aquest programa formatiu es duu a terme de forma descentralitzada als deu districtes de la ciutat, en equipaments municipals, i en horaris compatibles amb l'activitat laboral dels participants. Consisteix en l'oferta de diferents càpsules formatives en gestió empresarial i sobre les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) aplicades al comerç.

b. Campanya Barcelona, botigues amb ànima

Durant l'any 2013 es dona suport a la campanya, Barcelona, Botigues amb ànima, per aconseguir una imatge del comerç eficient i innovador adaptat a les noves realitats.

Els seus objectius són:

- Potenciar el teixit comercial de proximitat destacant la seva àmplia oferta, rica i variada i de qualitat, que dona resposta a les necessitats de la ciutadania i als visitants.
- Posicionar Barcelona, a nivell nacional i internacional, com una ciutat que aposta pel comerç de proximitat com a tret singular i diferencial en relació a l'oferta comercial d'altres ciutats.



- Consolidar la tendència de comprar al barri de residència.
- Crear un codi de comunicació unificat que treballi pel posicionament alhora que permeti comunicar les accions tàctiques dels eixos comercials i així aconseguir major notorietat.
- Senyalitzar i visualitzar els eixos comercials.

La campanya aconsegueix arribar a la ciutadania a través de diferents mitjans:

Suports exteriors:

Opis – Banderoles – leds

Senyalística:

Torretes

Revistes:

Inserció a revistes de proximitat i d'oci.

Inserció en la revista Cap Catalogne

Banners premsa on line, webs pròpies.

Presència als comerços, amb l'adhesiu distintiu.



c. El comerç i les escoles

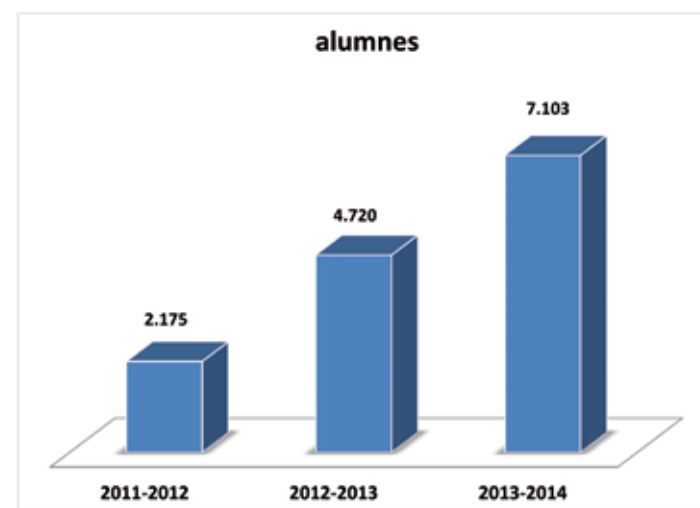
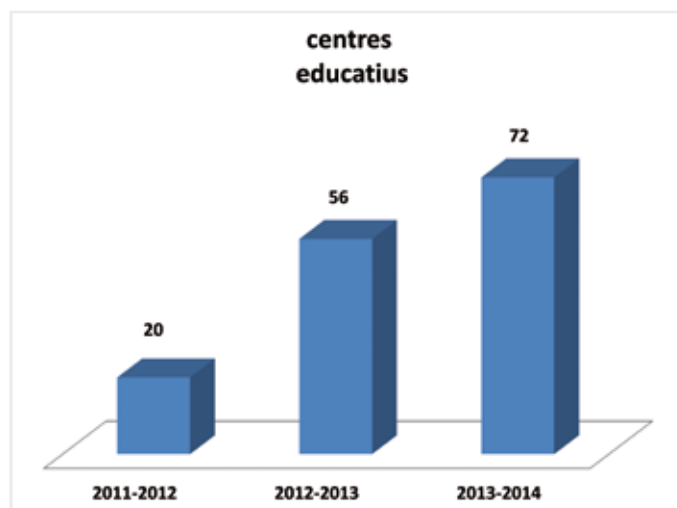
El programa ofereix als centres d'educació infantil, primària i secundària, un seguit de propostes didàctiques per a complementar la tasca docent des de qualsevol disciplina, permetent que les diferents àrees de coneixement que conviuen a l'escola vagin de la mà en l'educació dels infants i joves.

El seu objectiu és **afavorir**, entre l'alumnat, **el coneixement de l'entorn cultural, social i històric de Barcelona** mitjançant el **comerç de barri**, i alhora **educar per un consum crític i responsable**.

Per al curs 2013-2014, el programa ofereix:

- Visites guiades
- Premi punts de llibre
- Tallers sobre consum i publicitat
- 6a Mostra El Comerç i les Escoles

L'evolució dels últims tres cursos reflecteix la bona acceptació del programa entre els centres educatius.



El seu creixement és degut principalment a l'increment de l'oferta de visites guiades a botigues i la seva diversificació dels tallers, en concret, s'ha passat de 22 comerços adherits a 45 i de 170 visites a 380.

| | Curs 2012-13 | Curs 2013-14 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Comerços | 22 | 45 |
| Visites | 170 | 235 |
| Visites en anglès | 2 | 4 |
| Comerços visites alumnat + 4t ESO | 5 | 15 |

L'objectiu de les visites és apropar a l'alumnat al comerç de barri i als diferents oficis, realitzant tallers pràctics oferts pels mateixos botiguers.

El premi punt de llibre consisteix en l'elaboració per part de l'alumnat de punts de llibre amb el tema central "comerç de proximitat". En aquest curs se seleccionaran 12 punts de llibres entre tots els participants i s'editaran 500.000 punts de llibre per distribuir entre tots els comerços de la ciutat.

Els tallers de consum i publicitat han estat una novetat molt exitosa en aquest curs, al mes de novembre de 2013 s'han cobert tots els tallers disponibles, en concret, s'han realitzat dos tipus de tallers: Necessito el que compro? I la Publicitat enganyosa.

Finalment, el 3 d'abril de 2014, al DHUB està previst inaugurar la 6a Mostra el Comerç i Escoles, exposició on es recollirà tot el treball realitzat durant el curs. Durant l'acte inaugural es desvetllaran els secrets que amaguen les visites guiades a botigues.

d. subvencions al comerç

- **Subvencions de proximitat i promoció econòmica.**

L'any 2013 es preveu la concessió de subvencions a aquelles entitats que duguin a terme activitats relacionades amb el món del comerç a la ciutat de Barcelona. El procediment per a la concessió de subvencions es tramita en règim de concurrència competitiva, mitjançant la convocatòria de concurs públic.

Aquests ajuts econòmics són per fomentar activitats d'interès públic o social que dinamitzin el comerç urbà de proximitat i a través de la promoció de l'associacionisme comercial, ja sigui territorial o sectorial.

Les dades evolutives 2012- 2013 són les següents:

| | 2012 | 2013 |
|---|------------------|--------------------|
| Entitats sol·licitants | 72 | 91 |
| Projectes presentats | 202 | 175 |
| Projectes exclosos | 17 | 23 |
| Àmbits temàtics | | |
| Accions de dinamització, comunicació i promoció comercial d'àmbit intern i extern | 73 | 85 |
| Reforç estructures administratives | 43 | 48 |
| Estudis d'afluència de visitants i hàbits de compra | 4 | 5 |
| Accions formatives | 18 | 20 |
| Foment d'afiliació a entitats associatives* | 47 | ----- |
| Import total destinat | 800.000.- | 1.200.000.- |

- L'àmbit temàtic e) foment d'afiliació a entitats associatives no s'ha inclòs a la convocatòria 2013 per incompatibilitat en el procediment administratiu de la convocatòria general de ciutat.
- **Subvencions per a la campanya de l'enllumenat nadalenc a les vies públiques de la ciutat.**

Per primera vegada, l'any 2013, amb la finalitat de millorar el tràmit de concessió, s'ha adequat el procediment a la normativa vigent en matèria de subvencions, iniciant una convocatòria de concurrència pública.

Dades 2012-2013:

| | 2012 | 2013 |
|--|-----------|-----------|
| Import | 900.638.- | 950.000.- |
| Entitats que han sol·licitat subvenció | 57 | 59 |

- **Campanya promocional de dinamització en aquelles zones afectades per obres de llarga durada:**

Per tal de donar suport a les associacions de comerciants afectades per zones amb obres de llarga durada i amb la col·laboració dels districtes per valorar la situació del comerç en la zona, les associacions afectades han aportat les seves propostes i finalment el cost de les accions promocionals serà d'uns 260.000 € aprox. desglossats de la manera següent:

| Entitat | Obra |
|-------------------------------------|--|
| Eix del Raval | Plaça i pàrquing plaça Gardunya |
| AC Born Comerç | Reforma entorn Born Centre Cultural |
| AC Sant Pere més baix | Reforma c. St. Pere més Baix (Plataforma única) |
| AC I Empresaris Gran Eixample | Nou Mercat Ninot |
| Sant Antoni Centre Comercial | Nou Mercat Sant Antoni |
| Eix comercial Nou Eixample | Rampa accés al pou extracció túnel LAV |
| AC Poble Sec I Paral·lel | Construcció plaça I pàrquing soterrani nou col·lector av. Paral·lel |
| AC La Marina Zona Franca | Estació de metro pg. Zona Franca (L9) |
| AC Entorn Mercats de Sants | Nou Mercat de Sants |
| Barnavasi | Remodelació rda. Gral. Mitre |
| AC Portal de la Llibertat de Gràcia | Obres FCG a la pl. Gal·la Placídia |
| AC Pl. Lesseps | Estació del Metro Lesseps (L9) |
| AC Sanllehy | Reurbanització pl. Sanllehy (L9) |
| AC Entorn Mercat Guinardó | ACEM UA3 Mercat del Guinardó |
| Fed. Assoc. Cor d'Horta | Reurbanització pl. Eivissa |
| AC Onze de setembre | St. Andreu-Sagrera AVE |
| AC Trinitat Vella | Reurbanització ctra. Ribes I altres |
| AC Sant Antoni M. Claret | Intercanviador de La Sagrera L9. Reurbanització St. Antoni M. Claret |
| Eix Maragall | Reurbanització pl. Mainada |
| AC Sagrera Activa | Intercanviador de la Sagrera L9. |
| AC Bon Pastor | Reurbanització nucli antic Bon Pastor. |

Aquest ajut iniciat l'any 2012 pretén col·laborar amb les associacions de comerciants per tal de minimitzar els efectes de les obres sobre les zones comercials del seu entorn i contribuir a la dinamització comercial d'aquestes zones afectades.

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Direcció de Comerç i Consum

Col·laboració:

Direcció d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Turisme de Barcelona
Institut Municipal de Mercats

Producció, disseny i maquetació:

Equip de Producció

